

**Strategi Komunikasi Rumah Halal Nusantara dalam Pendampingan  
Proses Produk Halal (PPH) Bagi Usaha Mikro Kecil di Kota Depok**

**Amun, Yulianto, Marhanani Tri Astuti**

Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

akangamun@gmail.com, yulianto2367@gmail.com, marhanani01@gmail.com

**ABSTRACT**

*The growth of the Muslim population in Indonesia has driven the expansion of the halal industry, creating opportunities for halal product services. This study examines the communication strategies implemented by Rumah Halal Nusantara. Using a descriptive qualitative approach, the study shows that effective communication by Halal Product Process (PPH) facilitators is crucial in simplifying the halal certification process for Micro and Small Enterprises. The use of WhatsApp as a communication tool is highly beneficial in providing quick and interactive support. This study highlights the importance of well-structured communication strategies in ensuring the success of the halal certification program. The use of digital platforms like WhatsApp enables real-time communication, making the process more accessible for business owners. Rumah Halal Nusantara's communication strategy in assisting Micro and Small Enterprises to obtain halal certification in Depok City can serve as a model of facilitation. This study emphasizes the importance of continuous support and education to ensure the successful implementation of the halal certification program, ultimately contributing to the growth of the halal industry in Indonesia.*

**Keywords:** Halal Certification, Communication Strategy, Micro and Small Enterprises, Facilitation, WhatsApp

**ABSTRAK**

Pertumbuhan populasi Muslim di Indonesia telah mendorong perluasan industri halal, menciptakan peluang bagi layanan produk halal. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan oleh Rumah Halal Nusantara. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif oleh Pendamping Proses Produk Halal sangat penting dalam menyederhanakan proses sertifikasi halal bagi Usaha Mikro Kecil. Penggunaan WhatsApp sebagai alat komunikasi sangat membantu dalam memberikan dukungan yang cepat dan interaktif. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi yang terstruktur dengan baik dalam memastikan keberhasilan program sertifikasi halal. Penggunaan platform digital seperti WhatsApp memungkinkan komunikasi real-time, membuat proses lebih mudah diakses oleh pemilik usaha. Strategi komunikasi Rumah Halal Nusantara dalam mendampingi Usaha Mikro Kecil untuk memperoleh sertifikasi halal di Kota Depok dapat menjadi model pendampingan. Penelitian ini menekankan pentingnya dukungan dan edukasi berkelanjutan untuk memastikan keberhasilan implementasi program sertifikasi halal, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan industri halal di Indonesia.

**Kata Kunci:** Sertifikasi Halal, Strategi Komunikasi, Usaha Mikro Kecil, Pendampingan, WhatsApp

## **PENDAHULUAN**

Penduduk Islam yang besar dan potensial di Indonesia mendorong berkembangnya industri halal untuk menciptakan peluang pada layanan produk halal. Kesadaran masyarakat Indonesia akan produk halal terus tumbuh seiring penanaman nilai-nilai Islam dan berkembangnya fenomena produk halal. Produk halal yang dikonsumsi merupakan perintah agama yang tertuang pada pasal 29 ayat 2 UUD 1945.

Sebagai langkah pemerintah dalam melegalkan peredaran produk di Indonesia, lahirlah Undang-Undang JPH Nomor 33 Tahun 2014 yang mulai diberlakukan pada tanggal 17 Oktober 2019 hingga 17 Oktober 2024. Prosedur sertifikasi halal dituangkan dalam PP No. 31 Tahun 2019 sebagai pelaksana Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH). Kehadiran regulasi JPH adalah bentuk keinginan negara untuk menjamin kemerdekaan bagi setiap masyarakat dalam memeluk agamanya dan beribadah sesuai ajaran masing-masing, serta memberikan perlindungan hukum atas kehalalan produk yang beredar di masyarakat.

Percepatan sertifikasi untuk Pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) didorong dengan fasilitasi melalui Pernyataan Pelaku Usaha/*Self Declare*. Untuk melaksanakan *self declare* diperlukan Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Sesuai dengan tahun 2021, Pendamping PPH dengan Lembaga Pendamping PMA No. 20 harus di bawah naungan lembaga yang menaungi para pendamping PPH. Rumah Halal Nusantara (RHN) adalah kumpulan para pendamping dari berbagai lembaga yang bertugas mendampingi atau membantu para pelaku usaha dalam mendapatkan sertifikat halal. RHN berperan dalam memberikan bimbingan dan dukungan kepada pelaku UMK untuk memenuhi persyaratan dan menjalani proses sertifikasi halal.

Dalam proses pendampingan, pendamping PPH harus mengedukasi pelaku UMK dalam pengisian persyaratan yang diperlukan. Dalam era modern yang didominasi kemajuan teknologi digital, komunikasi digital menjadi unsur penting dalam komunikasi yang efektif. Peranannya sangat menunjang dalam menyampaikan informasi, baik berupa tulisan maupun media gambar.

Peran pelaku UMK sebagai penerima manfaat dari sertifikat halal menjadi penting untuk mengikuti tahapan dan persyaratan yang harus dipenuhi. Pendamping PPH adalah orang yang membantu pelaku usaha dalam mendaftarkan program sertifikat gratis. Mereka bertanggung jawab menjamin penyediaan bahan, pengolahan, dan proses pengemasan. Hasil yang diajukan oleh pelaku usaha harus halal, sesuai dengan PP No. 39 Tahun 2021 yang menjelaskan mengenai:

1. Pemisahan lokasi, tempat, dan alat Proses Produk Halal (PPH) yang wajib dipisahkan dari lokasi, tempat, dan alat proses tidak halal, yaitu meliputi proses penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian Produk.
2. Tata cara pendirian, akreditasi, lingkup kegiatan, dan pencabutan persetujuan pendirian Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), serta pengangkatan dan pemberhentian Auditor Halal.
3. Hak dan kewajiban Pelaku Usaha serta tata cara penetapan, tugas, dan fasilitasi Penyelia Halal.

4. Tata cara pengajuan permohonan, perpanjangan, dan penetapan Sertifikat Halal oleh BPJPH.
5. Kemudahan sertifikasi halal bagi Pelaku Usaha mikro dan kecil yang memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh BPJPH.
  - a. Pencantuman Label Halal dan keterangan tidak halal
  - b. Pengawasan JPH oleh BPJPH

**Gambar 1.** Alur Sertifikasi Halal. Sumber : Kementerian Agama RI



Secara alur pengajuan sertifikat halal dimulai dengan pelaku usaha mikro kecil yang harus membuat akun di website SiHalal. Setelah itu, mereka mendaftarkan sertifikat halal yang kemudian diverifikasi oleh pendamping untuk memastikan kehalalan produknya. Selanjutnya, dokumen tersebut akan diverifikasi oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan diikutkan dalam proses sidang fatwa. BPJPH akan mengeluarkan sertifikat halal, yang hasilnya akan diterima oleh pelaku usaha mikro kecil.

Dengan adanya persyaratan yang banyak harus di isi maka ini menjadi tantangan untuk para pelaku usaha, karena dari data pelaku usaha 420 orang yang kami seleksi dari 11 kecamatan, hasilnya 231 atau 55% orang itu di atas usia 40 tahun. Masalah ini jadi sangat penting karena ini perlu edukasi yang sangat tinggi selain membutuhkan kesabaran dalam menyampaikan pesan di tambah ini melalui digital salah satu *platform website*.

Kendala yang ada selain dari pelaku usaha yang mengajukan pembuatan sertifikat halal minim pengetahuan dari sisi digital melalui website.

Dengan banyaknya data-data yang harus di isikan di website sihalal, ini membuat para pelaku usaha mikro kecil makin tidak minat untuk membuat sertifikat halal walau sudah di sampaikan ini pembuatan semuanya gratis, tapi kebanyakan dari pelaku usaha lebih memilih tidak lanjut untuk mengajukan sertifikat halal.

Komunikasi pendamping juga terkadang tidak membuat pelaku usaha makin mudah memahami alur pengajuan malah makin sulit karena komunikasi yang di sampaikan tidak diterima dengan baik.

Kriteria yang harus di miliki oleh pendamping proses halal adalah Bisa

komunikasi yang efektif, bisa komunikasi yang solutif, tentunya sudah bisa menggunakan media digital.

Dampak yang di sampaikan oleh pendamping melalui Komunikasi Digital melalui media sosial whatsapp menjadi semakin mudah dalam membantu pelaku usaha untuk proses pengajuan sertifikat halal.

Sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada pelaku usaha melalui media sosial, Komunikasi Digital memiliki tujuan yang lebih luas, yaitu menciptakan kemudahan yang positif serta meningkatkan partisipasi masyarakat, menarik minat calon pelaku usaha untuk ikut mendaftarkan produknya.

Peran penting pendamping proses halal ini tentunya harus memiliki strategi komunikasi yang baik supaya pesan atau informasi yang di sampaikan akan di terima tahun. Masalah ini jadi sangat penting karena ini perlu edukasi yang sangat tinggi selain membutuhkan kesabaran dalam menyampaikan pesan di tambah ini melalui digital salah satu platform website.

Kendala yang ada selain dari pelaku usaha yang mengajukan pembuatan sertifikat halal minim pengetahuan dari sisi digital melalui website.

Dengan banyaknya data-data yang harus di isikan di website sihalal, ini membuat para pelaku usaha mikro kecil makin tidak minat untuk membuat sertifikat halal walau sudah di sampaikan ini pembuatan semuanya gratis, tapi kebanyakan dari pelaku usaha lebih memilih tidak lanjut untuk mengajukan sertifikat halal.

Komunikasi pendamping juga terkadang tidak membuat pelaku usaha makin mudah memahami alur pengajuan malah makin sulit karena komunikasi yang di sampaikan tidak diterima dengan baik.

Kriteria yang harus di miliki oleh pendamping proses halal adalah Bisa komunikasi yang efektif, bisa komunikasi yang solutif, tentunya sudah bisa menggunakan media digital.

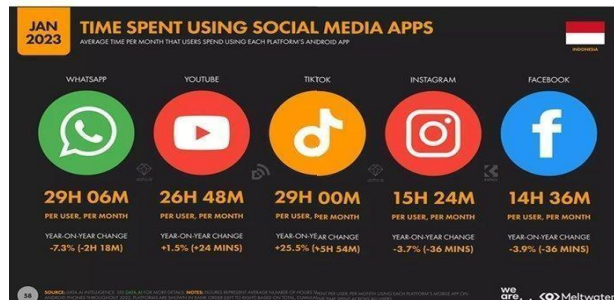
Dampak yang di sampaikan oleh pendamping melalui Komunikasi Digital melalui media sosial whatsapp menjadi semakin mudah dalam membantu pelaku usaha untuk proses pengajuan sertifikat halal.

Sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada pelaku usaha melalui media sosial, Komunikasi Digital memiliki tujuan yang lebih luas, yaitu menciptakan kemudahan yang positif serta meningkatkan partisipasi masyarakat, menarik minat calon pelaku usaha untuk ikut mendaftarkan produknya.

Peran penting pendamping proses halal ini tentunya harus memiliki strategi komunikasi yang baik supaya pesan atau informasi yang di sampaikan akan di terima juga dengan baik, sering kali salah menerima informasi dan tidak melakukan verifikasi ulang maka potensi miskomunikasi ini sangat tinggi, oleh karena itu sebagai seorang pendamping proses produk halal maka harus minimal punya 4 Kriteria yang harus di miliki pendamping Sumber buku panduan pendamping.

Efektivitas komunikasi yang di lakukan oleh pendamping proses produk halal khususnya di kota Depok, dengan menggunakan komunikasi langsung dan Sosial Media Whatsapp. Kenapa para pendamping proses produk halal menggunakan media sosial whatsapp karena bisa kita lihat berdasarkan data pengguna whatsapp hampir semua pelaku usaha juga sudah menginstal aplikasi whatsapp tersebut sebagai media komunikasi yang efektif.

Gambar 3. Sumber : Dataindonesia.id



Whatsapp masih menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Palsanya, menurut laporan We Are Social, persentase pengguna aplikasi percakapan instan tersebut di dalam negeri mencapai 92,1% per Januari 2023.

Dengan komunikasi yang efektif melalui sosial media whatsapp para pelaku usaha yang akan mendaftarkan produknya maka di buat kan group khusus untuk menginformasikan apa saja yang menjadi syarat awal proses pengajuan sertifikat halal.

Para pendamping melakukan komunikasi tatap langsung dengan pelaku usaha untuk memastikan apakah produk yang mau di daftarkan itu benar-benar halal atau tidak sebagai tanggung jawab sebagai pendamping proses produk halal.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang di lakukan sebelumnya adalah menganalisa dan mengevaluasi strategi komunikasi pendamping proses produk halal untuk bisa memudahkan membantu dan mengedukasi usaha mikro kecil untuk mendapatkan sertifikat halal secara gratis dan mudah.

## METODE PENELITIAN

Menurut Rully dan Yaniawati (2017:49), pendekatan penelitian melahirkan metode-metode penelitian. Pada setiap metode memiliki karakteristik yang unik selaras dengan dasar falsafah pendekatan penelitian yang dipilih.

Penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2014:347), metode penelitian kualitatif ini diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme/interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut Rully dan Yaniawati (2017:67) adalah metode penelitian yang sering digunakan untuk melihat lebih dalam fenomena sosial termasuk di dalamnya kajian publik ilmu pendidikan, manajemen, dan administrasi bisnis, kebijakan publik, pembangunan ataupun ilmu hukum.

Sementara itu, menurut Bogdan dan Taylor dalam Hastuti (2018) menyatakan bahwa metode kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang

dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara menyeluruh, secara holistik dan dengan cara detesisi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode.

Penulis menggunakan metode kualitatif karena cenderung menggunakan analisis dan penelitian yang dilakukan melalui riset dan wawancara langsung. Penelitian ini merupakan suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Hal ini didasarkan pada pertimbangan peneliti ingin memahami, mengkaji secara mendalam serta memaparkannya, fenomena tentang strategi Komunikasi Pendamping Proses produk halal dalam membantu pelaku usaha mikro kecil mendapatkan sertifikat halal gratis di kota Depok.

## 1. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020:114), wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Dalam teknik ini penulis akan mewawancarai sumber yang penulis anggap memahami dan juga sebagai pelaku usaha yang mengajukan pendaftaran sertifikat halal.

Selain pendamping proses produk halal yang akan di wawancara peneliti juga akan mewawancarai dari lembaga pendamping proses halal. Sehingga hasil dari wawancara tersebut dapat di akui dan dipercaya dan bisa dijadikan acuan sebagai data yang akan membantu dalam penyelesaian penulisan Tesis ini.

## 2. Observasi

Observasi langsung adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis. Observasi langsung dilakukan secara teliti dan sistematis untuk mendapatkan hasil yang bisa diandalkan, dan peneliti harus mempunyai latar belakang atau pengetahuan yang lebih luas tentang objek penelitian mempunyai dasar teori dan sikap objektif.

Observasi secara langsung yang dilakukan peneliti bisa dengan cara mencatat berupa informasi yang berhubungan dengan strategi Komunikasi yang dilakukan pendamping proses produk halal. Dengan melakukan observasi secara langsung peneliti dapat memahami konteks data dalam berbagai situasi. Untuk itu peneliti dapat melakukan pengamatan secara langsung dalam mendapatkan bukti yang terkait dengan objek penelitian.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku,

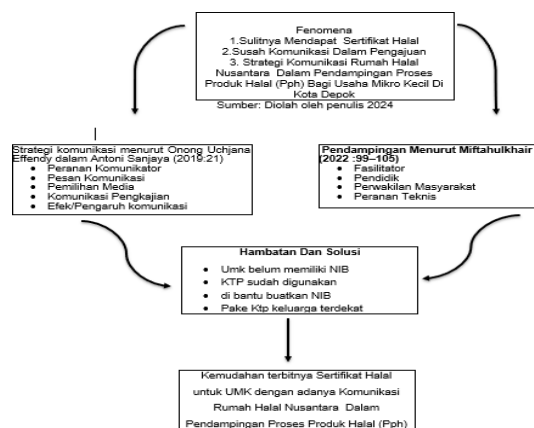
undang-undang, dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti.

Dalam hal ini proses dokumentasi adalah catatan seputar strategi Komunikasi pendamping proses produk halal dan pelaku usaha mikro kecil dalam mendapatkan sertifikat halal di kota Depok.

Selanjutnya dokumentasi ini juga berupa dokumen yang dibuat secara pribadi oleh peneliti berupa foto-foto tentang objek penelitian yang diambil saat penelitian berlangsung.

Adapun Teknik Analisis Data pada penelitian ini yaitu, Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011:341) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci.

**Gambar 4. Model Konseptual**



## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari masalah dan kendala yang di temui peneliti dari mulai banyak pelaku usaha yang tidak mengetahui adanya sertifikat halal, pelaku usaha juga belum memiliki nomor induk berusaha padahal ini jadi syarat pertama untuk mengajukan proses sertifikat halal, dan juga banyaknya berkas yang harus di isi serta tidak terbiasanya pelaku usaha dengan laptop bahkan banyak pelaku usaha tidak punya laptop. Dengan adanya kendala ini maka hadirnya pendampingan yang di lakukan oleh rumah halal nusantara dengan tujuan membantu memberikan informasi dari mulai cara pengajuan dan juga syarat apa saja yang perlu di disiapkan. Susahnya komunikasi yang di jalankan ke pelaku usaha karena adanya jarak maka pelaku usaha kami temui langsung ke rumah sambil melakukan verifikasi validasi data. Seperti penelitian yang sudah di lakukan oleh "Elif Perdiansyah, Muhamad Abduh dan Najmudin "Dengan adanya pendampingan maka menjadi adanya peningkatan kesadaran dan pemahaman mengenai sertifikat halal untuk pelaku usaha. Di ambil dari Jurnal penelitian dengan judul "Sosialisasi dan pendampingan sertifikat halal

gratis dengan skema *self declare* bagi pelaku usaha mikro kecil di desa Domas” Langkah-langkah yang dilakukan oleh pendamping untuk membantu proses pengajuan sertifikat halal yaitu dengan adanya komunikasi melalui media whatsapp. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kehadiran media sosial sangat mempengaruhi pola komunikasi antar individu. Sebagaimana dinyatakan oleh Smith (2020), media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi secara signifikan. Jurnal oleh Brown et al. (2019) juga mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan frekuensi komunikasi namun menurunkan kualitas percakapan. Kesulitan komunikasi yang dialami oleh para partisipan dapat dijelaskan melalui teori hambatan komunikasi oleh Johnson (2018). Johnson menjelaskan bahwa faktor budaya, bahasa, dan teknologi sering kali menjadi penghalang utama dalam komunikasi efektif. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa perbedaan bahasa dan keterbatasan teknologi sering menyebabkan miskomunikasi. Sebagai contoh, dalam wawancara dengan salah satu partisipan, terungkap bahwa mereka sering kali mengalami kesalahpahaman saat menggunakan platform digital karena keterbatasan bahasa.

Teori oleh Hall (2017) menekankan bahwa kesalahpahaman seperti ini sering terjadi dalam komunikasi lintas budaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran media sosial telah mempengaruhi pola komunikasi secara signifikan. Menurut McQuail (2010), media sosial telah menjadi saluran utama bagi interaksi sosial, yang dikonfirmasi oleh Kaplan dan Haenlein (2012) yang menyatakan bahwa media sosial meningkatkan keterlibatan publik. Selain itu, kesulitan komunikasi antar budaya yang dialami oleh partisipan dapat dijelaskan melalui teori Hofstede (1980) tentang dimensi budaya, yang menunjukkan bahwa perbedaan nilai-nilai budaya dapat menjadi penghalang komunikasi. Gudykunst (2003) juga menyoroti bahwa hambatan komunikasi antar budaya sering disebabkan oleh perbedaan bahasa dan norma sosial.

Dari segi teknologi, teori media richness oleh Daft dan Lengel (1986) menyatakan bahwa media yang kurang kaya dapat menyebabkan miskomunikasi. Hal ini didukung oleh Dennis et al. (2008) yang menemukan bahwa media yang lebih kaya, seperti video call, lebih efektif untuk komunikasi yang kompleks. Partisipan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa mereka sering mengalami kesalahpahaman saat menggunakan media komunikasi berbasis teks karena kurangnya konteks dan isyarat visual.

## **KESIMPULAN**

1. Strategi komunikasi yang menggunakan pendekatan langsung dan media WhatsApp terbukti efektif dalam memfasilitasi informasi yang diperlukan oleh pelaku usaha mikro terkait sertifikasi halal.
2. Pembentukan grup WhatsApp oleh pendamping membantu mengatasi kendala komunikasi dengan memberikan informasi yang lebih jelas, sementara kunjungan langsung ke tempat usaha UMKM menjadi metode efektif untuk konfirmasi dan validasi informasi.
3. Edukasi bisnis yang ditawarkan oleh Rumah Halal Nusantara membuktikan

keberhasilannya dalam meningkatkan daya tarik pelaku usaha terhadap proses sertifikasi halal, khususnya melalui *coaching* bisnis bagi mereka yang memiliki omset di atas seratus juta per bulan.

## **SARAN**

1. Diperlukan peningkatan keterampilan teknis pendampingan dalam mengelola komunikasi dengan pelaku usaha mikro, terutama dalam menghadapi beragam kebutuhan informasi supaya tidak ada miskomunikasi yang seperti banyak terjadi.
2. Perlu dilakukan evaluasi mendalam terhadap penggunaan grup WhatsApp sebagai alat komunikasi utama, dengan fokus pada pengaturan informasi yang lebih terstruktur dan efisien.
3. Perluasan dan peningkatan cakupan program edukasi bisnis serta *coaching* bisnis diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dan manfaat bagi lebih banyak pelaku usaha mikro dalam mendapatkan sertifikasi halal dan mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afnina & Yulia Hastuti. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis. Volume 9 No. 1. ISSN : 2614-1523
- Arifin, Anwar. 2016. Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2014. "Metode Penelitian Kuantitatif". Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Kencana Prenadamedia Group.
- Data Boks. "Ada Berapa Pengguna Internet dan Media Sosial di Seluruh Dunia?". <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/12/08/ada-berapa-pengguna-internet-dan-media-sosial-di-seluruh-dunia>
- Edi Suharto. (2005). Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Bandung: Refika Aditama.
- Handini, Sri dkk. 2019. Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Pengembangan UMKM Di Wilayah Pesisir. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Hanim, L. (2018) UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha. Available at: [http://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM\\_dan\\_Bentuk\\_-\\_Bentuk\\_Usaha.pdf](http://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM_dan_Bentuk_-_Bentuk_Usaha.pdf)
- Indrawan Rully dan Poppy Yaniawati. (2017). Metodologi Penelitian. Bandung: PT. Refika Aditama
- Miftahulkhair Miftahulkhair, „Pendampingan Sosial Terhadap Anak Jalanan Di Rumah Perlindungan Sosial Anak (RPSA) Kota Makassar“, Phinisi Integration Review, 1.2 (2018), 223 <<https://doi.org/10.26858/pir.v1i2.6659>>.
- Sanjaya, Antoni. "Strategi Komunikasi Mochi Aifa Bandung Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Admin 'Mochi Aifa' Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Produknya)." Other, Universitas Komputer Indonesia, 2019.
- Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, Tulus, 2020, Pasar Tradisional Dan Peran UMKM, PT Penerbit IPB Press, Bogor. Thariq, M., & Anshori, A. (2017). Komunikasi Adaptasi Mahasiswa Indekos. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 156-173.