

PENINGKATAN RELIGIUSITAS DAN PENDAPATAN KELUARGA MELALUI EKONOMI KREATIF PADA IBU RUMAH TANGGA DAN GENERASI MUDA DIKAWASAN BEKAS KERATON KARTASURA

Yulfan Arif Nurohman¹, Melia Kusuma², Fahri Ali Ahzar³, Nur Wicaksono Kartiko Putro⁴, Rina Sari Qurniawati⁵

Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta

¹yulfanan@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta

²melia.dosen@gmail.com

Program Studi Akuntansi Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta

³paqriea@gmail.com

Konco Kulo Eat & Cafe

⁴wiecak2008@gmail.com

Program Studi Manajemen, STIE AMA Salatiga

⁵rinasari.qurniawati@stieama.ac.id

ABSTRACT

The area of the former Kartasura Palace has interesting tourism potential to be developed. One way to develop tourism potential is through the creative economy with the presence of special culinary delights that can increase interest in visiting the people of Solo and its surroundings. The potential of the community that can be developed in supporting a typical culinary business are housewives and the younger generation. The collaboration of housewives and the younger generation in developing a typical culinary business has the opportunity to be successful in the future. In order for the business to run smoothly, training is carried out for housewives and the younger generation in the area of the former Kartasura Palace.

Keywords: *Creative Economy, Culinary, Entrepreneur*

1. PENDAHULUAN

Dikawasan bekas Keraton Kartasura dan sekitarnya belum ada produk-produk inovatif yang menjadi khas daerah tersebut (Koesninda & Priyatmono, 2020). Potensi yang sudah ada dikawasan Keraton Kartasura belum dimanfaatkan secara optimal. Kawasan bekas Keraton Kartasura merupakan salah satu bagian dari sejarah berdirinya Keraton Surakarta (Lampah, 2017). Seharusnya kawasan ini mampu memberikan daya tarik yang kuat bagi masyarakat sekitar maupun luar Surakarta untuk berkunjung sebagai wisatawan. Berdasarkan sejarah tersebut perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kembali daya tarik kawasan bekas Keraton Kartasura agar kunjungan wisatawan meningkat dengan harapan memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar kawasan Keraton Kartasura. Masyarakat akan sangat diuntungkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan bekas Keraton Kartasura.

Pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata memiliki tujuan menciptakan produk inovatif yang memiliki nilai tambah dan daya saing (Agung, 2015). Salah satu bidang ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian daerah yaitu melalui sektor kuliner (Isa, 2016). Wisata kuliner menjadi salah satu alternatif pilihan wisata seperti wisata budaya, wisata alam, dan wisata lainnya. Kartasura

memiliki potensi kuliner menarik untuk dikembangkan sebagai ciri khas wilayah. Menurut Kusumaningrum (2020) potensi kuliner tradisional keraton menjadi kuliner masyarakat umum dapat dikembangkan sebagai upaya peningkatan daya tarik wisatawan dan minat masyarakat sekitar. Hal ini didasarkan pada makanan khas keraton yang tidak ditemukan dan diperjualbelikan didaerah lain. Berdasarkan kajian yang dilakukan sebelumnya oleh tim pengabdian kepada masyarakat ditemukan bahwa keputusan pembelian makanan masyarakat kawasan bekas Keraton Kartasura diwilayah Kelurahan Pucangan dan berdekatan dengan UIN Raden Mas Said Surakarta dipengaruhi oleh pengalaman dan intelektual yang dimiliki (Nurohman & Qurniawati, 2019). Maka sangat penting untuk mengembangkan usaha kuliner yang memiliki ciri khas agar memberikan pengalaman menarik bagi pembeli.

Wisata kuliner yang menjadi ciri khas bekas Keraton Kartasura diharapkan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat. Kawasan bekas Keraton Kartasura merupakan lingkungan padat penduduk yang berpotensi sebagai lokasi strategi pengembangan makanan khas Kartasura. Ketersediaan sumber daya manusia dan ikatan dengan lingkungan keraton menjadi nilai positif bagi program pengembangan wisata kuliner. Pengembangan wisata kuliner yang berhasil diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan penduduk sekitar kawasan bekas Keraton Kartasura. Kesejahteraan masyarakat dapat ditingkatkan melalui keberadaan wisata sebagai potensi daerah (Nurohman et al., 2019).

Di Indonesia sektor kuliner memiliki peran dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Terdapat 16 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara merata. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama memberikan pernyataan bahwa kuliner mampu memberikan kontribusi terbesar sebanyak 41 persen dalam nilai kontribusi PDB, diikuti 17 persen kontribusi dari fesyen dan 14,9 persen dari kriya (Catriana, 2020). Artinya kuliner memberikan kontribusi yang sangat penting dalam PDB di Indonesia. Pengelolaan dan pendampingan yang tepat dalam industri kuliner bisa memberikan dampak positif yang jauh lebih besar dibandingkan yang sekarang terjadi. Industri kuliner juga diharapkan mampu meningkatkan subsektor yang ekonomi kreatif yang lain seperti pariwisata.

Sumber daya manusia yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai pendukung wisata kuliner ialah ibu rumah tangga dan generasi muda. Aktivitas ibu rumah tangga dan generasi muda tidak sebanyak kepala keluarga yang menjadi tulang punggung dalam mencari nafkah. Waktu luang yang dirumah dapat dimanfaatkan dengan memproduksi makanan khas Kartasura sebagai tambahan pendapatan keluarga. Pada masa pandemi covid-19 pembelajaran sekolah dilakukan secara daring yang mengharuskan anak-anak muda tetap tinggal dirumah. Waktu luang lebih banyak dimiliki oleh generasi muda karena tidak perlu melakukan perjalanan ke sekolah dan dapat mengerjakan dirumah.

Untuk meningkatkan kesadaran ibu rumah tangga dan generasi muda untuk melakukan kegiatan wirausaha dibutuhkan stimulus yang tepat. Kurniawan dkk (2016) menyatakan bahwa minat wirausaha dapat dipengaruhi lingkungan keluarga, motivasi, dan kepribadian melalui *self efficacy*. Pendapat lain tentang memunculkan minat berwirausaha pada perempuan dikembangkan oleh Rahmi & Hidayati (2019) dengan melakukan pelatihan keterampilan yang efektif. Kaum perempuan ketika diberikan pelatihan sesuai minat dan bakat akan mudah dalam memahami. Hal yang perlu disiapkan dalam memberikan pelatihan secara efektif ialah mencari tahu potensi dalam pribadi

seseorang. Potensi dalam diri seseorang apabila dikembangkan dapat menghasilkan hasil yang besar dan berpengaruh terhadap kesejahteraan keluarga.

Dalam menggerakkan minat berwirausaha pada generasi muda dibutuhkan pendekatan khusus yang berbeda dengan ibu rumah tangga. Generasi muda pada saat ini tumbuh bersama perkembangan teknologi informasi, sedangkan ibu-ibu rumah tangga sebagian belum memahami cara menggunakan teknologi informasi. Saat ini ibu rumah tangga merasakan kebutuhan ekonomi yang mendesak untuk dapat terpenuhi dengan berbagai cara yang dapat dilakukan, sedangkan generasi muda rata-rata masih menjadi tanggung jawab orang tua dan belum memiliki kebutuhan berarti. Sehingga upaya utama untuk menggali minat wirausaha generasi muda ialah memberikan motivasi pentingnya berwirausaha melalui peningkatan religiusitas. Hal tersebut didasari oleh motivasi berwirausaha generasi muda sangat dipengaruhi oleh tingkat religiusitas yang dimiliki Siti Maullah (2021), Sulhaini dkk (2020), dan Anwar dkk (2019).

Keadaan perekonomian yang semakin tidak menentu memberikan dampak terhadap rumah tangga. Daya beli ibu rumah tangga sangat dipengaruhi oleh pendapatan keluarga. Kenaikan harga kebutuhan pokok yang tidak diiringi peningkatan pendapatan keluarga mengakibatkan terganggunya stabilitas perekonomian keluarga. Sebagai contoh, sejak bulan Februari hingga Maret tahun 2022 hingga saat terjadi peningkatan harga minyak goreng Rp 25.000/ Kg. Bahan kebutuhan pokok lain yang mengalami kenaikan harga pada bulan Maret 2022 seperti Gula mencapai Rp 15.000/Kg dan Cabai Rawit Merah mencapai Rp 73.000/Kg. Ibu rumah tangga dalam keluarga berperan sebagai *customer* yang menentukan pembelian atau pengeluaran rumah tangga. Keputusan tepat dalam pembelian akan berpengaruh terhadap kondisi keuangan. Kondisi perekonomian keluarga yang tidak stabil akan merasakan efek dari kenaikan harga, namun kondisi perekonomian yang baik tidak akan berdampak terhadap kenaikan harga kebutuhan pokok.

Menurut Philip Kotler *customer* merupakan semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh suatu barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Artinya, ibu rumah tangga adalah penentu keputusan pembelian atas aktivitas yang dilakukan dalam rumah tangga. Atas keadaan perekonomian yang tidak menentu dan kenaikan harga kebutuhan pokok mendorong ibu rumah tangga yang sebelumnya hanya menekuni sektor domestik (mengurus rumah tangga), kemudian ikut berpartisipasi di sektor publik. Bagi ibu rumah tangga dari kalangan lapisan bawah dengan kehidupan yang lebih kompleks serta relatif tidak memiliki pendidikan dan keahlian, hal ini mendorong mereka untuk terlibat memikul tanggung jawab kebutuhan keluarga. Beberapa faktor yang mendorong atau memotivasi perempuan sehingga memutuskan untuk bekerja mencari nafkah antara lain untuk memberi tambahan pendapatan menutupi kekurangan ekonomi, mengatasi kebosanan dan kesepian di rumah, keinginan untuk berteman, serta keinginan untuk mengejar status.

Adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan mampu meningkatkan pendapatan bagi ibu rumah tangga dan generasi muda dengan cara menumbuhkan minat berwirausaha melalui sektor kuliner makanan khas kawasan Keraton Kartasura. Tingkat daya beli masyarakat mengalami penurunan akibat pandemi covid-19, sehingga perlu peningkatan pendapatan keluarga melalui wirausaha kuliner dengan harapan tingkat kesejahteraan keluarga menjadi lebih baik.

2. METODE

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibutuhkan langkah yang tepat agar kegiatan tersebut memberikan hasil yang positif bagi masyarakat. Maka

pemilihan sasaran program pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan penuh pertimbangan. Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang peningkatan religiusitas dan pendapatan keluarga melalui ekonomi kreatif pada ibu rumah tangga dan generasi muda dikawasan bekas Keraton Kartasura. Dimana pada kawasan bekas Keraton Kartasura terdapat ibu-ibu rumah tangga dan generasi muda yang memiliki potensi untuk dikembangkan dalam meningkatkan pendapatan keluarga melalui peningkatan religiusitas dan ekonomi kreatif dengan mengembangkan usaha kuliner khas Kartasura.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui beberapa tahapan. Penentuan langkah pengabdian dilakukan secara terstruktur untuk mendapatkan hasil pengabdian kepada masyarakat yang optimal. Adapun langkah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dikawasan bekas Keraton Kartasura dengan sasaran ibu rumah tangga dan generasi muda dibagi lima tahapan terdiri:

1. *Focus group discussion* (FGD)
Tahap pertama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah *focus group discussion* (FGD). Kegiatan ini dilakukan dengan melibatkan mitra pengabdian kepada masyarakat dan tokoh masyarakat. Dalam kegiatan *focus group discussion* dilakukan untuk mencari informasi terkait permasalahan masyarakat sekitar dan potensi yang bisa dikembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Sarasehan
Tahap kedua dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah sarasehan. Dimana dalam kegiatan ini sarasehan digunakan untuk mendengarkan pendapat para ahli atas permasalahan yang dihadapi masyarakat kawasan bekas Keraton Kartasura. Kegiatan ini juga digunakan untuk mendapatkan program pelatihan yang tepat bagi para mitra pengabdian kepada masyarakat.
3. Pelatihan
Tahap ketiga yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah pelatihan. Peserta pelatihan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan mitra dan masyarakat kawasan bekas Keraton Kartasura atau lebih tepatnya Kelurahan Pucangan yang terdiri dari ibu rumah tangga dan generasi muda.
4. Pendampingan
Tahap keempat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah pendampingan mitra pengabdian. Pendampingan dilakukan agar dalam upaya peningkatan pendapatan ibu rumah tangga dan generasi muda dapat berhasil dengan memastikan kegiatan wirausaha sesuai hasil pelatihan.
5. Evaluasi kegiatan
Tahap kelima dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah evaluasi kegiatan. Evaluasi perlu dilakukan sebagai pengukuran tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan masukan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya, serta sebagai proses mengetahui tingkat efektivitas pelatihan yang telah diberikan kepada mitra pengabdian kepada masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang peningkatan religiusitas dan pendapatan keluarga melalui ekonomi kreatif pada ibu rumah tangga dan generasi muda dikawasan bekas Keraton Kartasura dapat diketahui pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 : Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kawasan Bekas Keraton Kartasura

No	Kegiatan	Hasil
1	<i>Focus group discussion</i>	Informasi potensi pengembangan kuliner khas masyarakat kawasan bekas Keraton Kartasura melalui pemberdayaan ibu rumah tangga dan generasi muda.
2	Sarasehan	Peningkatan religiusitas dan motivasi untuk menggali dan meningkatkan minat generasi muda dan ibu rumah tangga untuk mengembangkan usaha kuliner makanan khas Kartasura.
3	Pelatihan	Peningkatan minat dan kemampuan peserta pelatihan yang terdiri dari ibu rumah tangga dan generasi muda kawasan bekas Keraton Kartasura dalam memulai wirausaha sebagai upaya meningkatkan pendapatan keluarga.
4	Pendampingan	Mitra pengabdian kepada masyarakat yang terdiri dari ibu rumah tangga dan generasi muda menggunakan hasil pelatihan sebagai pedoman yang tepat dalam melakukan kegiatan wirausaha.

Tahapan pertama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah *focus group discussion*. Tahapan ini melibatkan mitra pengabdian kepada masyarakat dan tokoh masyarakat untuk menemukan permasalahan dan potensi masyarakat kawasan bekas Keraton Kartasura. Dalam pelaksanaan *focus group discussion* diketahui berbagai permasalahan masyarakat dan potensi yang dapat dikembangkan oleh tim pengabdian kepada masyarakat. Ibu rumah tangga dan generasi muda yang tinggal dikawasan bekas Keraton Kartasura memiliki waktu luang yang banyak dan menghadapi persoalan kemampuan daya beli akibat naiknya harga kebutuhan pokok. Permasalahan dan potensi masyarakat menjadi modal berharga bagi tim pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan solusi yang tepat dan memberikan dampak positif dimasa depan berkaitan kesejahteraan masyarakat. Daya tarik bekas Keraton Kartasura memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata yang didukung hasil ekonomi kreatif masyarakat setempat.

Tahapan kedua kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah sarasehan yang melibatkan para ahli untuk menentukan pelatihan yang tepat bagi masyarakat kawasan bekas Keraton Kartasura dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Potensi masyarakat yang terdiri ibu rumah tangga dan generasi muda harus diberikan pemahaman yang sesuai dengan latar belakang tersebut. Pelatihan yang kurang sesuai dengan latar belakang sasaran pengabdian kepada masyarakat akan mendapatkan hasil yang tidak optimal. Dalam tahapan ini ditentukan bahwa untuk meningkatkan pendapatan masyarakat kawasan bekas Keraton Kartasura ialah memulai bisnis dibidang kuliner. Hal ini tidak lepas dari keberadaan bekas Keraton Kartasura yang memiliki *image* dan daya tarik

tersendiri bagi warga Solo dan sekitarnya. Pemateri ditentukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dengan ketentuan memiliki pengalaman panjang dibidang bisnis kuliner dan seorang profesional yang dapat memberikan wawasan kepada masyarakat untuk memulai berwirausaha.

Tahapan ketiga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah pelatihan yang diselenggarakan untuk meningkatkan religiusitas dan pendapatan keluarga melalui ekonomi kreatif terutama dibidang kuliner. Peserta pelatihan yang terdiri dari mitra, ibu rumah tangga, dan generasi muda Kelurahan Pucangan Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo mengikuti kegiatan yang dibagi menjadi empat sesi. Sesi pertama tentang pentingnya berwirausaha dan kejujuran, sesi kedua penguatan mental dan minat berwirausaha, sesi ketiga pembuatan ekonomi kreatif melalui usaha kuliner, dan sesi keempat pengembangan usaha melalui pemasaran yang efektif. Penyampaian materi diberikan oleh tenaga ahli dibidang kuliner sekaligus CEO Konco Kulo Eat dan Café yaitu Nur Wicaksono Kartiko Putro., MM dan dipandu moderator Rina Sari Qurniawati., MSc. Kegiatan pelatihan berlangsung selama empat sesi dengan pemaparan materi sesuai kebutuhan mitra pengabdian kepada masyarakat dikawasan bekas Keraton Kartasura.



Gambar 1. Pembukaan Pelatihan

Pelatihan keterampilan yang efektif akan memunculkan minat seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha (Rahmi & Hidayati, 2019). Keterampilan yang efektif didasari oleh latar belakang mitra pengabdian kepada masyarakat. Dalam hal ini yang menjadi mitra pengabdian kepada masyarakat ialah ibu rumah tangga dan generasi muda, sehingga pelatihan keterampilan efektif menyesuaikan keadaan, kebutuhan, dan potensi ibu rumah tangga dan generasi muda dikawasan bekas Keraton Kartasura. Bisnis makanan dan minuman merupakan kategori populer dikalangan wirausahawan muda (Media Indonesia.com, 2021). Bisnis kuliner yang dikelola dengan baik akan berpeluang untuk sukses dimasa mendatang. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan pangan yang terus meningkat dan perkembangan teknologi informasi yang memudahkan dalam mendapatkan makanan dan minuman secara online.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan

Sesuai pengembangan ekonomi kreatif maka usaha kuliner harus dikelola dan dikembangkan melalui cara: produk unik dan memiliki nilai; memiliki target pasar yang jelas; memiliki jaringan atau *networking*; dan memiliki ekosistem bisnis yang tepat. Usaha kuliner yang khas dan didukung pembayaran menggunakan *financial technology* mampu meningkatkan pendapatan usaha karena kemudahan transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan masyarakat (Qurniawati, 2020).



Gambar 3. Peserta Pelatihan

Tahapan keempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah pendampingan kepada mitra. Pendampingan dilakukan untuk memastikan program pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan pelatihan yang telah dilaksanakan terutama dalam pengembangan wirausaha dibidang kuliner. Dampak positif yang dihasilkan atau tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ialah meningkatkan religiusitas dan pendapatan keluarga melalui pengembangan ekonomi kreatif. Dimasa depan diharapkan pengembangan usaha kuliner tersebut dapat menciptakan kesejahteraan keluarga. Secara berkala tim pengabdian kepada masyarakat melakukan komunikasi dengan mitra pengabdian tentang hasil yang telah dicapai.

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah berlangsung dikawasan bekas Keraton Kartasura dengan mitra ibu rumah tangga dan generasi muda memiliki dampak positif dalam mengembangkan usaha kuliner yang memiliki ciri khas atas. Ekonomi kreatif menjadi salah satu bidang yang dikembangkan oleh Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan minat wirausahawan baru mengembangkan bisnis kuliner. Dimana sektor kuliner memberikan pengaruh besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), sehingga dimasa depan perlu dilakukan pengembangan usaha kuliner yang memiliki ciri khas pada lokasi yang berbeda. Agar pendapatan masyarakat dapat meningkat dan mampu menciptakan kesejahteraan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. G. (2015). Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 585–597. ekonomi kreatif, usaha industri kreatif, wisata edukasi, kearifan lokal.
- Agus Kurniawan , Muhammad Khafid, A. P. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, Dan Kepribadian Terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy. *Journal of Economic Education*, 5(1).
- Catriana, E. (2020). Ini 3 Subsektor Ekonomi Kreatif yang Jadi Penyumbang Terbesar PDB Indonesia. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2020/08/30/151100526/ini-3-subsektor-ekonomi-kreatif-yang-jadi-penyumbang-terbesar-pdb-indonesia>
- Deky Anwar, Ilham Marnola, S. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Komunitas Terhadap Motivasi Berwirausaha Para Pemuda. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* -, 4(2).
- Indonesia.com, M. (2021). Masa Depan Bisnis Kuliner Indonesia Masih Punya Peluang Besar. *Media Indonesia.Com*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/457757/masa-depan-bisnis-kuliner-indonesia-masih-punya-peluang-besar>
- Isa, M. (2016). Model Penguatan Kelembagaan Industri Kreatif Kuliner Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Daerah. *Seminar Nasional Ekonomi Bisnis*.
- Koesninda, S., & Priyatmono, A. F. (2020). Menggali Potensi Aset Wisata Kreatif di Kawasan Petilasan Keraton Kartasura. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 17(1), 80–87. <https://doi.org/10.23917/sinektika.v17i1.10871>
- Kusumaningrum, dewi ayu. (2020). Potensi Kuliner Tradisional Khas Keraton Surakarta, Solo, Jawa Tengah. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 5(3).
- Lampah. (2017). *Kartasoera Sebelum Soerakarta*.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2019). Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Lingkungan IAIN Surakarta. *Among Makarti*, 12(24), 23–33.
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Hasyim, F. (2019). Dana Desa Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pada Desa Wisata Menggoro. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 35–43. <https://doi.org/10.35829/magisma.v7i1.38>

- Qurniawati, R. S. (2020). Understanding Halal Food SMEs behavior intention towards e-money. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(2), 113. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.2.113-124>
- Rahmi, V. A., & Hidayati, R. A. (2019). Efektivitas Pelatihan Keterampilan Dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha Wanita Melalui Motivasi Diri Berwirausaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.350>
- Siti Maullah, M. R. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2). <https://doi.org/doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.49>
- Sulhaini, S., Ardiani, B. N. A., & Rosiana, W. (2020). Usaha Pariwisata Halal: Self-Efficacy, Pengetahuan Pariwisata Halal, Religiusitas Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Nusa Tenggara Barat. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 9(3), 257–269. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i3.519>