

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
26 November 2022, Hal. 173-181
e-ISSN: 2686-2964

Pelatihan Membangun Personal Brand dan Peningkatan Bisnis untuk Mahasiswa Asing di Tiongkok

Nunik Hariyanti, Dani Fadillah, Mufid Salim, Ifada Rahmayanti

Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Ahmad Yani, Tamanan, Banguntapan, Bantul Yogyakarta
55166

Email: nunik.hariyanti@comm.uad.ac.id

ABSTRAK

Mengembangkan dunia pendidikan Tionghoa-Indonesia membuka peluang bagi pelajar Indonesia untuk belajar di luar negeri. Tak jarang, kondisi keterbatasan ekonomi yang dihadapi para mahasiswa tersebut. Sehingga banyak dari mahasiswa yang membuka peluang bisnis namun tidak dengan strategi bisnis dan komunikasi yang memadai. Akibatnya tingkat penjualan belum bisa dikatakan menjangkau pasar yang luas dan belum maksimal dalam branding produk atau jasa yang ditawarkan. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan konsep brand atau logo dan pelatihan strategi pengemasan produk atau usaha. Hasilnya, semua peserta dapat menerapkan pengetahuan tersebut ke bisnis mereka. Semua masalah mereka diharapkan dapat diminimalisir, dan bisnis mendapatkan peningkatan penjualan karena tidak hanya penjualan tetapi juga mencakup elemen lain seperti tren dan pengemasan.

Kata kunci (dicetak tebal): Bisnis, Brand, Packaging, Trend, Workshop

ABSTRACT

Developing the Chinese-Indonesian education world opens opportunities for Indonesian students to study abroad. Not infrequently, the conditions of economic limitations faced by these students. So that many of the students open up business opportunities but not with adequate business strategies and communication. As a result, the level of sales cannot be said to have reached a broad market and has not been maximized in branding the products/services offered. The method used in this community service is brand/logo concept training and product/business packaging strategy training. As a result, all the participants can apply the knowledge to their businesses. All their problem can hopefully be minimized, and the business gets increased sales since it is not only sales but also includes other elements such as trends and packaging.

Keywords : *Business, Brand, Packaging, Trend, Workshop*

PENDAHULUAN

Setelah mulai membuka diri pada masa kepemimpinan Deng Xiao Ping dan diteruskan hingga masa kepemimpinan Xi Jinping, Tiongkok mengalami banyak kemajuan dari berbagai aspek, entah itu sector ekonomi, pembangunan, hingga pengembangan dunia pendidikan (Fadillah & Kumajaya, 2017). Dunia pendidikan menjadi salah satu sektor yang paling cepat mengalami peningkatan setelah reformasi kebudayaan Tiongkok, terlihat saat ini kampus-kampus yang berasal dari Tiongkok masuk dalam jajaran perguruan tinggi top kelas dunia, sehingga menyebabkan banyak para pelajar dari berbagai penjuru dunia yang datang ke Tiongkok untuk melanjutkan studi (Luke Nolan, 2014).

Salah satu negara yang paling banyak mengirimkan para pelajarnya untuk studi lanjut ke Tiongkok adalah Indonesia (Saptanti, 2017), khususnya setelah Indonesia menandatangani perjanjian Belt Road Initiative dengan Tiongkok (Bo, 2017). Hal ini dikarenakan salah satu poin penting yang ditekankan dalam perjanjian Belt Road Initiative adalah pengembangan dunia pendidikan kedua negara, sehingga dengan adanya perjanjian ini banyak kesempatan yang dimiliki oleh para pelajar Indonesia agar dapat melanjutkan pendidikan ke negeri tirai bambu dengan beasiswa penuh (Wahyuddin, 2019).

Akan tetapi tidak semua pelajar Indonesia yang berangkat ke Tiongkok mendapatkan beasiswa pendidikan penuh, bebertapa diantara mereka hanya mendapatkan beasiswa pendidikan dan harus memenuhi kebutuhan harian secara swadaya. Bagi beberapa pelajar Indonesia hal itu tidak menjadi masalah karena mendapatkan dukungan ekonomi dari keluarga, namun bagi beberapa pelajar lainnya mereka harus mampu berwirausaha untuk dapat bertahan hidup di Tiongkok (Fadillah & Jandevi, 2020).

Kesempatan bagi masyarakat Indonesia untuk studi lanjut ke Tiongkok ternyata berbarengan dengan kebijakan internasionalisasi gerakan Muhammadiyah yang mengakibatkan munculnya berbagai Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) di berbagai negara, termasuk di Tiongkok (Suara Muhammadiyah, 2020). Dalam aktifitasnya Muhammadiyah di Tiongkok tidak berperilaku eksklusif melainkan sangat inklusif hingga banyak bersinggungan dan dapat diterima oleh para pelajar di Indonesia di Tiongkok dari berbagai kalangan (Faqih, 2019). Berbagai program yang diadakan atau melibatkan Muhammadiyah selalu disambut secara antusias oleh para pelajar Indonesia di Tiongkok, mulai dari pengajian, kegiatan olah raga, student symposium, hingga kegiatan *charity*.

Hal ini menandakan bahwa Muhammadiyah telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi para pelajar Indonesia di Tiongkok, dan tentu saja berbagai kegiatan itu mempengaruhi ketertarikan para pelajar Indonesia yang ada di Tiongkok untuk lebih dekat dan mengenal Muhammadiyah, terbukti dengan bergabungnya para pelajar Indonesia dalam kepengurusan dan komunitas PCIM Tiongkok, dimana mereka baru mengenal Muhammadiyah justru ketika telah datang ke Tiongkok dari berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh PCIM.

Adapun potensi yang dimiliki oleh mitra adalah dimana tidak sedikit para pelajar Indonesia yang harus mampu mandiri secara ekonomi agar dapat bertahan hidup di Tiongkok, mereka mencoba untuk berwirausaha. Jenis wirausahanya pun bermacam-macam, ada yang berjualan hingga menawarkan jasa. Para pelajar di Nanjing Normal University memiliki permasalahan yang serupa. Sehingga tim menyimpulkan bahwa tinjauan lapangan yang dilakukan menunjukkan bahwa masih kurangnya pengetahuan masyarakat terkait dengan meningkatkan nilai jual suatu produk. Hal ini disebabkan oleh: 1) kurangnya pengetahuan dalam membranding suatu penjualan, 2) kurangnya pengetahuan untuk strategi penjualan yang baik, menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi, 3) kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan penjualan secara digital.

Atas dasar itu tim pengabdian bekerjasama dengan PCIM Tiongkok dan Nanjing Normal University (NNU) mengadakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan teknik branding dan packaging kepada para pelajar Indonesia dan mahasiswa NNU di Tiongkok,

dengan tujuan agar produk dan jasa yang mereka tawarkan menjadi lebih menarik dan dapat menunjang usaha mereka dan dapat membuka pasar lebih luas lagi terutama masyarakat Tiongkok itu sendiri.

Alasan terpenting mengapa branding penting bagi bisnis adalah karena dengan branding sebuah usaha mendapatkan pengakuan dan dikenal oleh konsumen, branding dapat mengirimkan pesan dan kesan tentang bisnis tersebut kepada konsumen pada pandangan pertama. Branding yang bagus menjadi sangat penting untuk bisnis yang melihat jauh ke masa depan. Brand yang kuat dapat meningkatkan nilai bisnis dengan membuat sebuah bisnis lebih berpengaruh di industrinya sendiri. Ini membuka peluang investasi yang luar biasa karena berada di pasar Tiongkok.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh tim diketahui bahwa mitra memiliki beberapa permasalahan, diantaranya:

1. `Kurangnya pengetahuan mitra untuk membranding suatu usaha/produk
2. Kurangnya pengetahuan dalam penjualan di era digital
3. Belum memiliki pengetahuan dari manfaat packaging dalam meningkatkan *awareness* penjualan

Brand yang baik tidak akan menemui kesulitan dalam meyakinkan calon pembeli. Branding yang sukses bisa dilihat dari banyaknya kesan positif yang diberikan konsumen terhadap sebuah bisnis. Pelanggan tidak akan berpikir terlalu panjang untuk melakukan pembelian dari bisnis yang mereka percaya dan terasa akrab. Setelah sebuah brand mencapai kesuksesan, teknik mulut ke mulut akan menjadi teknik periklanan terbaik dan paling efektif dari semua teknik lainnya. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata UAD dan PCIM Tiongkok dalam menciptakan generasi muda yang mandiri secara ekonomi serta melahirkan para pengusaha muda baru, sekaligus sebagai syiar Muhammadiyah yang baik di Tiongkok.

METODE

Dalam persiapan, tim bekerja sama dengan PPIT Cabang Nanjing, PCIM Tiongkok dan NNU dalam mengorganisir peserta serta hal teknis kegiatan. Selain itu kegiatan ini melibatkan tiga orang mahasiswa yang mendukung dalam hal teknis persiapan acara seperti: Penyediaan *virtual background*, bumper acara, teknis zoom meeting dan administrasi kegiatan. Adapun dalam pelaksanaan pelatihan ini kami menggunakan metode interaktif melalui pertemuan zoom meeting. Adapun jenis pelatihan yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan terkait dengan ide usaha. Kegiatan ini dilakukan karena pengusaha awal memiliki keterbatasan informasi dan ide usaha yang akan ditawarkan. Selain itu, tim memberikan pelatihan terkait dengan peningkatan usahan melalui pengemasan kreatif. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 21 Agustus 2022
2. Memberikan pendampingan pengembangan bisnis digital. Kegiatan ini memberikan pelatihan komunikasi melalui bisnis digital dan pemanfaatannya sebagai saran bisnis. Kegiatan ini dilakukan 1 Oktober 2022. Metode ini dilakukan agar peserta tidak hanya memiliki pengetahuan secara teoritis tetapi juga dapat praktik secara langsung.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Hasil

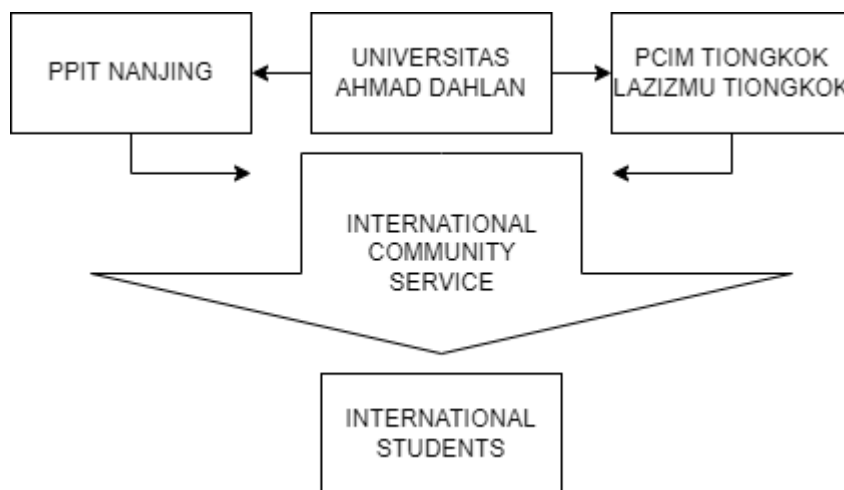
Dalam tahapan tersebut, seluruh panitia Universitas Ahmad Dahlan (UAD), Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM), dan Perhimpunan Pelajar Indonesia Republik Rakyat Tiongkok Cabang Nanjing (PPIT Nanjing) menyiapkan daftar peserta, rundown, materi kursus, dan beberapa persiapan teknis terkait workshop seperti link zoom dan kuis online.



Gambar 1. Link Zoom Peserta

Materi yang akan disampaikan juga sudah dipersiapkan dengan sebaik-baiknya. tujuannya agar selama acara para peserta benar-benar dapat memperoleh materi dengan sebaik-baiknya secara sistematis. dengan begitu mereka dapat memahami materi dengan sempurna dan siap untuk menerapkannya. Sebelum acara berlangsung, tim pengabdian masyarakat internasional juga melakukan analisis terhadap kebutuhan calon peserta, hal ini dimaksudkan agar pada saat acara para pemateri benar-benar memberikan materi pelatihan yang dibutuhkan oleh para peserta.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim pengabdian masyarakat Internasional Universitas Ahmad Dahlan yang dipimpin oleh Nunik Hariyanti melakukan komunikasi dengan PCIM Tiongkok dan LAZIZMU Tiongkok. tujuannya agar nilai-nilai al-Islam dan kemuhammadiyah tetap terjaga selama acara ini. Selain itu, semangat syiar Muhammadiyah di dunia internasional juga tetap terjaga. setelah itu hanya komunikasi dengan PPIT Nanjing yang dilakukan. Hubungan PPIT Nanjing dengan LAZIZMU Tiongkok dan PCIM Tiongkok telah terjalin sejak lama. Meski secara organisasi PPIT merupakan organisasi yang mandiri, dalam setiap gerakannya selalu melangkah bersama Muhammadiyah di China.



Gambar 2. Koordinasi antar mitra dalam kegiatan pengabdian

Setelah siap, tim pengabdian masyarakat internasional kami segera melakukan pengabdian masyarakat berupa pelatihan branding, teknik pengemasan, analisis media sosial dan peluang bisnis di masa depan untuk mahasiswa Indonesia di China, dengan tujuan agar produk dan layanan yang mereka tawarkan menjadi lebih menarik dan dapat menunjang bisnis mereka.

Alasan terpenting mengapa branding penting bagi sebuah bisnis adalah karena dengan branding sebuah bisnis untuk mendapatkan pengakuan dan dikenal oleh konsumen, dapat mengirim pesan dan kesan tentang bisnis kepada konsumen secara sekilas. Branding yang baik

menjadi sangat penting bagi bisnis yang melihat jauh ke masa depan. Merek yang kuat dapat meningkatkan nilai bisnis dengan membuat bisnis lebih berpengaruh di industrinya sendiri. Ini membuka peluang investasi yang luar biasa karena penempatannya yang tinggi di pasar.

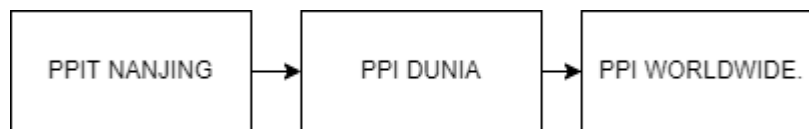
Merek yang baik tidak akan mengalami kesulitan dalam meyakinkan calon pembeli. Branding yang sukses dapat dilihat dari banyaknya kesan positif yang diberikan konsumen terhadap sebuah bisnis. Pelanggan tidak terlalu memikirkan untuk melakukan pembelian dari bisnis yang mereka percayai dan mereka kenal. Begitu sebuah merek mencapai kesuksesan, dari mulut ke mulut akan menjadi teknik periklanan terbaik dan paling efektif dari semuanya.

Dengan pelatihan ini, diharapkan UAD dan PCIM China dapat memberikan kontribusi nyata dalam menciptakan generasi muda yang mandiri secara ekonomi dan melahirkan wirausahawan muda baru, serta menjadi simbol Muhammadiyah yang baik di China.

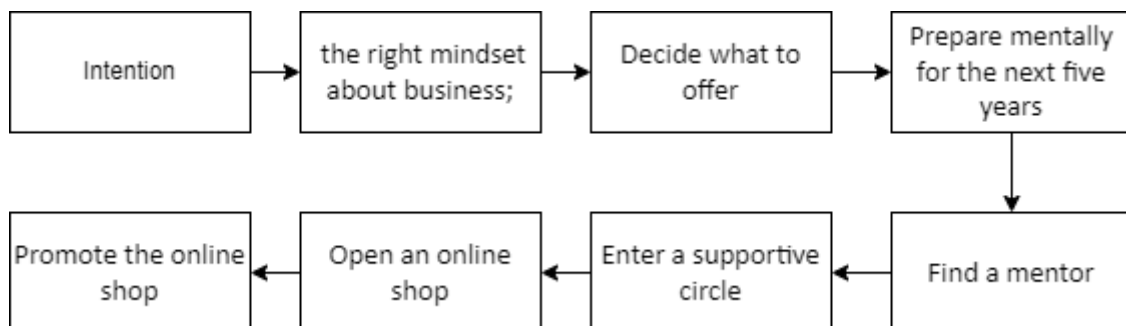
Pembahasan

Dikarenakan pandemi Covid-19, pengabdian masyarakat internasional ini dilakukan secara online. namun ternyata tidak menyurutkan partisipasi mahasiswa internasional untuk mengikuti kegiatan tersebut. terlihat dengan hadirnya peserta yang tidak hanya berasal dari Indonesia dan China, tetapi juga peserta dari Belanda, Malaysia, Jepang, dan India. Kunci dari banyaknya peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah jaringan komunikasi yang dilakukan oleh PPI China. mereka memaksimalkan keberadaan PPI Dunia untuk membantu menggerakkan massa mensukseskan acara tersebut.

Bagan 1. Keberadaan PPIT Nanjing dan Kebermanfaatannya



Pelaksanaan workshop ini terkait dengan memulai bisnis dengan personal branding yang kuat dan memanfaatkan tools seperti Google Trends untuk menemukan tren di masyarakat. Sehingga hal ini akan memunculkan diferensiasi dan ide-ide kreatif bagi para pelaku usaha. Ada 8 langkah membangun bisnis baru, yaitu: 1) Niat (Intention) ; 2) pola pikir yang benar tentang bisnis (*the right mindset about business*) ; 3) Putuskan apa yang akan ditawarkan (*decide what to offer*) ; 4) Mempersiapkan mental untuk lima tahun ke depan (*prepare mentally for the five the next year*); 5) Cari mentor (*find a mentor*); 6) Masukkan lingkaran yang mendukung (*enter a supportive circle*); 7) Buka toko online (*open an online shop*), dan 8) Promosikan toko online (*promote the online shop*).



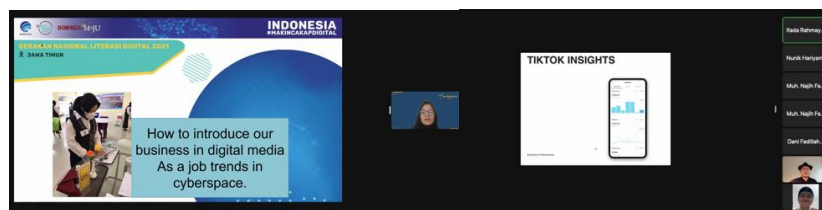
Selanjutnya adalah pemaparan materi terkait pelatihan terkait peningkatan nilai jual suatu produk melalui kemasan yang menarik. Kemasan merupakan suatu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menarik konsumen pertama kali agar konsumen mau membeli produk

tersebut. Ada kriteria untuk kemasan, antara lain: 1) Menonjol (*stand out*); 2) Menceritakan isi produk (*tell the content of the product*); 3) menjadi Khas (*be distinctive*), dan 4) cocok (*be suitable*).



Gambar 2. Pemaparan materi sesi 2 oleh Pak Dani dan Bu Nunik

Setelah itu, peserta diberikan gambar untuk peluang bisnis di masa depan dan bagaimana menganalisis penggunaan media sosial dalam mendukung pengembangan usaha. Peserta diberi kesempatan untuk bertanya jika ada kendala terkait materi penyaji. Workshop ini diikuti 120 peserta.



Gambar 3. Pemaparan materi sesi 2 oleh bu Ifada dan Bapak Mufid

Kegiatan ini akan dilaksanakan bekerjasama dengan PCIM China dan target pelatihnannya adalah mahasiswa Indonesia yang sedang menempuh studi lanjut di China. Baik yang berwirausaha maupun yang baru memulai berwirausaha. Pelaksanaan layanan online akan dilakukan melalui grup WeChat, diskusi dan pertemuan melalui Zoom Meetings, berbagi informasi audio visual melalui halaman berbagi video YouTube PCIM China, pemutakhiran informasi dan gambar melalui halaman TikTok atau Instagram, serta sarana lainnya. yang akan dianggap nanti. sesuai dengan kondisi peserta. Proses pelatihan yang akan dilakukan meliputi:

- Memahami dan konsep dasar produk dan merek.
- Strategi pembangunan dan pengembangan merek
- Strategi untuk mengembangkan produk bermerek
- Strategi komunikasi pengemasan
- Strategi komunikasi pemasaran yang efektif

Adapun teknik pelatihan yang kami berikan adalah sebagai berikut:

- Presentasi
- Membahas
- Studi kasus
- Evaluasi

Dampak

Mengetahui sejauh mana pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan ini. Selain itu, peserta dengan nilai tertinggi akan mendapatkan doorprize dari panitia. Aplikasi kuis menggunakan quizziz.com, dan semua peserta dapat memberikan jawaban yang benar pada aplikasi ini. Selain itu, seluruh panitia dan peserta dapat melihat hasil pemenang melalui papan pimpinan.

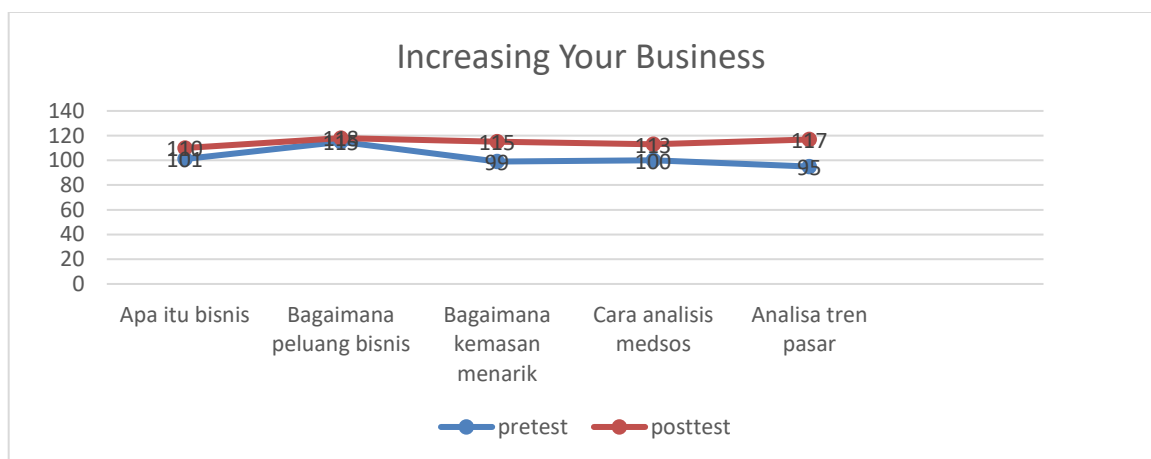
Workshop membangun personal brand dan mendongkrak bisnis berjalan lancar. Semua peserta dapat menerapkan pengetahuan untuk bisnis mereka. Semua masalah mereka diharapkan dapat diminimalisir, dan bisnis mendapatkan peningkatan penjualan karena tidak hanya penjualan tetapi juga mencakup elemen lain seperti tren dan pengemasan.

Program pengabdian masyarakat ini menawarkan solusi agar mahasiswa Indonesia di China dapat mengemas bisnisnya dengan baik. Adapun kegiatan ini dilakukan dalam dua waktu, sebagai berikut:

1. Pelatihan Peluang dan Peningkatan Usaha. Kegiatan ini berisi tentang pencarian peluang bagi peserta dalam membuka bisnis kemudian peserta diberikan pengetahuan terkait dengan peningkatan usaha melalui strategi pengemasan dan juga branding oleh Nunik Hariyanti, S.I.Kom., M.A. dan Dani Fadillah, S.I.Kom., M.A. Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2022
2. Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial; Dalam kegiatan ini, tim PPM akan memberikan pengetahuan tentang media sosial dalam pengembangan komunikasi bisnis. Kegiatan ini dilakukan oleh Dr. Ifada dan Mufid Salim, M.B.A.; kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 1 Oktober 2022

Berangkat dari bauran komunikasi pemasaran, tim berusaha memberikan pengetahuan dan penyuluhan tentang penggunaan media promosi online dan offline. Mengingat saat ini, digital marketing memiliki peran yang sangat signifikan dalam perkembangan usaha kecil dan menengah. Hal ini dikarenakan digital marketing dapat menekan biaya produksi, tidak memerlukan tempat untuk memajang barang dagangannya, dapat mengurangi jumlah karyawan, jam kerja fleksibel dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selanjutnya, penggunaan media sosial seperti Instagram dan YouTube menjadi fokus tim dalam kegiatan tersebut. Peran teknologi sangat dibutuhkan untuk menjangkau pasar yang luas dan sebagai media komunikasi dalam pemasaran modern.

Hasil dari pengabdian ini akan digunakan sebagai referensi dalam mata kuliah komunikasi bisnis baik di Prodi Ilmu Komunikasi maupun di Prodi Bisnis Jasa Makanan. Adapun dampak yang ditimbulkan dari kegiatan ini terangkum dalam tabel 1. Keberdayaan mitra kegiatan PkM di bawah ini.



Gambar 4. Berikut hasil pretest dan post-test dari kegiatan PkM

Tabel 1. Keberdayaan Mitra Kegiatan PkM

No	Jenis Mitra	Jenis Keberdayaan	Cek List
1	Mitra Non Produktif Ekonomi	Pengetahuannya meningkat	V
		Keterampilannya meningkat	V
		Kesehatannya meningkat	
		Pendapatannya meningkat	V
		Pelayanannya meningkat	V
2	Mitra Produktif Ekonomi	Pengetahuannya meningkat	
		Keterampilannya meningkat	
		Kualitas produknya meningkat	
		Jumlah produknya meningkat	
		Jenis produknya meningkat	
		Kapasitas produksi meningkat	
		Jumlah aset meningkat	
		Jumlah omsetnya meningkat	
		Kemampuan manajemennya	
		Keuntungannya meningkat	
		Produk tersertifikasi	
		Produk terstandarisasi	
Unit usaha berbadan hukum			
Jumlah wirausaha baru mandiri meningkat			

SIMPULAN

Berangkat dari bauran komunikasi pemasaran, tim berusaha memberikan pengetahuan dan penyuluhan tentang penggunaan media promosi online dan offline. Mengingat saat ini, digital marketing memiliki peran yang sangat signifikan dalam perkembangan usaha kecil dan menengah. Hal ini dikarenakan digital marketing dapat menekan biaya produksi, tidak memerlukan tempat untuk memajang barang dagangannya, dapat mengurangi jumlah karyawan, jam kerja fleksibel dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selanjutnya, penggunaan media sosial seperti Instagram dan YouTube menjadi fokus tim dalam kegiatan tersebut. Peran teknologi sangat dibutuhkan untuk menjangkau pasar yang luas dan sebagai media komunikasi dalam pemasaran modern.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan pengabdian ini didanai oleh LPPM UAD. Kami berterima kasih pada Prodi Ilmu Komunikasi dan Bisnis Jasa Makanan yang telah mendukung kegiatan ini dan juga pada PCIM Tiongkok, PPIT Nanjing dan Nanjing Normal University yang telah membuat kegiatan ini sangat bermanfaat,

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43-43.
- Bo, X. (2017). China, Indonesia agree to step up Belt and Road cooperation. *Xinhua*.
- Fadillah, D., & Jandevi, U. (2020). Communication Model of Indonesian Student Organizations in China through the Indonesian Movement Helps. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 142. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3465>
- Fadillah, D., & Kumajaya. (2017). Lompatan Strategis China Dalam Komunikasi Global.

Samudra Biru.

- Faqih. (2019). PP Muhammadiyah Melantik PCIM Tiongkok di Beijing. Suara Muhammadiyah. <https://suaramuhammadiyah.id/2019/12/11/pp-muhammadiyah-melantik-pcim-tiongkok-di-beijing/>
- Hendrawan, A. (2019). Pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk umkm asti gauri di kecamatan bantarsari cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian*, 4(1), 50-61.
- Luke Nolan. (2014). Five Reasons Why You Should Study Abroad In China. G-Meo. <http://www.gmeochina.com/five-reasons-why-you-should-study-abroad-in-china/>
- Saptanti, I. R. (2017). Ni Hao, Nanning. PT Inspirator Juara Indonesia.
- Suara Muhammadiyah. (2020). PCIM dan Amanat Internasionalisasi Muhammadiyah. Suara Muhammadiyah. <https://muhammadiyah.or.id/pcim-dan-amanat-internasionalisasi-muhammadiyah/>
- Wahyuddin. (2019). Akselerasi Peningkatan Mutu Pendidikan di Indonesia Melalui Program The Belt and Road Initiative. In Fadlan Muzakki (Ed.), *Indonesia dalam The Belt and Road Initiative* (pp. 71–84). PPI Tiongkok.