

Pengembangan Usaha Kerang Kering sebagai Produk Unggulan Masyarakat di Desa Suka Maju Kabupaten Batubara

Adil Arifin¹, Indra Fauzan², Suci Rahmadani³, Fajar Utama Ritonga⁴

^{1,2}Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

³Ilmu Pemerintahan, Fakultas Hukum, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

⁴Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: ¹adil.arifin@usu.ac.id, ²indra.fauzan@usu.ac.id, ³suci.rahmadani@unja.ac.id,

⁴fajar.utama@usu.ac.id

Abstrak

Pemetaan potensi ekonomi lokal perlu dilakukan untuk mengetahui potensi-potensi yang ada di daerah tersebut. Salah satu bentuk potensi ekonomi lokal masyarakat adalah usaha kerang kering di Desa Suka Maju Kabupaten Batu Bara. Namun sangat di sayangkan, terdapat beberapa kendala yang di hadapi oleh masyarakat yang menjadi penyebab belum berkembangnya usaha kerang kering tersebut. Diantaranya belum ada badan hukum yang melindungi usaha tersebut, sehingga harga sesuai permintaan agen. Kedua, belum adanya *packing product*, serta kurangnya pengetahuan kelompok usaha dalam memasarkan produk. Oleh sebab itu perlu dilakukan pendampingan dalam rangka penguatan potensi ekonomi lokal, khususnya di Desa Suka maju Kabupaten Batu Bara. Adapun hasil pengabdian ini adalah dilakukannya kegiatan berupa pelatihan pengemasan produk, pemasaran produk, dan pengurusan badan hukum bagi usaha. Berbagai pendampingan tersebut mampu meningkatkan potensi ekonomi lokal masyarakat di Desa Suka Maju Kabupaten Batu Bara.

Kata Kunci: Kerang Kering, Kabupaten Batu Bara, Pelatihan Kelompok Usaha, Sumatera Utara.

Abstract

Mapping of local economic potential needs to be carried out to determine the potential that exists in the area and the human resources it has. Batu Bara Regency is one of the districts in North Sumatra which has potential in the marine sector, such as fish, shrimp, crab, shellfish, and so on. Various marine-based business activities have great potential to be developed in this region. One form of this business is the dried shellfish business in Suka Maju Village, Batu Bara Regency. This dry shellfish business is carried out by around 12 community groups. However, it is very unfortunate, there are several obstacles faced by the community which are the reason why the dried shellfish business has not developed. Among them is that there is no legal entity that protects the business, so the price is according to the agent's request. Second, there is no product packaging, and the business group's lack of knowledge in product marketing. The results of this service are activities in the form of training on product packaging, product marketing, and managing legal entities for businesses.

Keywords: Dried Shellfish, Batu Bara Regency, Business Group Training, North Sumatra.

PENDAHULUAN

Perekonomian suatu negara bisa dikatakan berhasil apabila kegiatan ekonominya lebih tinggi daripada yang dicapai pada masa sebelumnya, serta menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah (Sukirno, 2011). Pemetaan potensi ekonomi lokal perlu dilakukan untuk mengetahui potensi-potensi yang ada di daerah tersebut dan sumber daya manusia yang dimiliki (Masterplandes). Dengan mengetahui potensi daerah, maka sumber daya manusia dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan perekonomian daerah. Maksud dari mengetahui potensi ekonomi lokal adalah dengan mengidentifikasi potensi ekonomi sektoral, sehingga dapat dengan mudah dimanfaatkan dalam pembangunan masing-

masing sektor, baik itu sektor pertanian, kelautan, teknologi dan lain sebagainya. Berbagai sektor tersebut memiliki potensi masing-masing berdasarkan kondisi geografis wilayahnya.

Desa Suka Maju merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara. Kabupaten Batu Bara sendiri berada di Wilayah Pantai Timur Sumatera Utara yang berbatasan langsung dengan dengan Selat Malaka. Kabupaten Batu Bara merupakan kabupaten yang potensi kelautannya sangat produktif untuk dikembangkan dimasa yang akan datang. Kecamatan Tanjung Tiram merupakan bagian dari wilayah kabupaten Batu Bara yang memiliki potensi di bidang kelautan, seperti ikan, udang, kepiting, kerang, dan lain sebagainya. Selain itu komposisi wilayah ini adalah wilayah pesisir dan sebagian besar masyarakat yang tinggal di daerah ini pada umumnya bekerja pada sektor kelautan, yaitu sebagian 63% (BPS Kabupaten Batu Bara, 2021). Berbagai kegiatan usaha berbasis kelautan sangat berpotensi agar di kembangkan di wilayah ini. Salah satu bentuk usaha tersebut adalah usaha kerang kering di Desa Suka Maju Kabupaten Batu Bara. Usaha kerang kering ini dilakukan oleh sekitar 12 kelompok masyarakat yang terdiri dari laki-laki dan perempuan.

Kegiatan pengolahan bahan baku kerang menjadi kerang kering telah berjalan kurang lebih selama lima tahun. Usaha pengolahan kerang kering dilakukan oleh 12 kelompok masyarakat. Masing-masing kelompok masyarakat ini mampu menghasilkan kurang lebih 200 kilo gram kerang kering perbulan. Proses pembuatan kerang kering dimulai dari tahap pencarian kerang menggunakan sampan, perebusan kerang, penggaraman, pewarnaan, perendaman, serta pengeringan. Setelah melalui tahap pengeringan, kerang kering siap dijual. Penjualan kerang kering dilakukan sangat sederhana. Umumnya para pengrajin menjual kerang kering kepada tokeh kerang kering (agen) setiap bulannya dengan harga berkisar antara Rp. 11.000 – Rp.13.000/kg. Tergantung kepada ukuran kerang yang akan dijual. Olahan kerang kering memiliki ketahanan dua sampai tiga bulan di suhu normal ruangan.

Potensi pengembangan usaha kerang kering jika dilakukan pembinaan tentu saja dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Sebab, selain sumber bahan bakunya yang berasal dari daerah itu sendiri, pengolahan kerang kering juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Namun sangat di sayangkan, terdapat beberapa kendala yang di hadapi oleh masyarakat yang menjadi penyebab belum berkembangnya usaha kerang kering tersebut. *Pertama*, belum adanya badan hukum yang mengatur tentang perizinan usaha dari pemerintah Kabupaten Batu Bara terhadap olahan kerang kering tersebut. Akibatnya, harga jual kerang kering “suka-suka agen”. Dengan kata lain penjualan kerang kering tidak dilakukan secara professional dan sesuai standarisasi harga jual. Selain itu mitra dalam hal pengurusan administrasi perizinan kerang kering juga menjadi kendala bagi pelaku usaha kerang kering.

Kedua, kurangnya pengetahuan kelompok usaha kerang kering mengenai strategi pengemasan produk (*Packing Product*). Selama ini pelaku usaha kerang kering tidak memiliki pengemasan yang menarik untuk di pasarkan. Padahal dalam strategi pemasaran, pengemasan produk yang menarik sangat penting. Hal ini sebagaimana di ungkapkan oleh Christine bahwa tampilan kemasan suatu produk memberikan pengaruh dimata konsumen, karena melalui kemasan tersebut konsumen mendapatkan pesan dari isi produk didalamnya, baik melalui tulisan informasi yang tertera dikemasan tersebut, maupun dari tampilan suatu kemasan yang memberikan citra atau kesan tersendiri dimata konsumen sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. (Christine, 2000: 97). Kelompok usaha kerang kering ini hanya menjual produk olahan kerang kering kepada tokeh atau agen dengan harga yang sangat murah, yaitu RP. 11.000 – Rp. 13.000/kg. Keuntungan yang didapatkan dari hasil penjualan kerang kering ini menurut beberapa kelompok usaha kerang kering tidaklah terlalu banyak. keuntungan yang mereka peroleh lebih kepada pengadaan bahan baku yang tidak lagi di beli, melainkan dicari sendiri oleh pelaku usaha tersebut. Namun untuk memenuhi kebutuhan bahan-bahan lainnya para kelompok usaha kerang kering mengaku sangat kesulitan. Sebagai contoh mahalnya harga garam dan pewarna di pasaran tentu saja menambah jumlah modal yang harus di keluarkan. Pengambilan agen/tokeh yang cenderung sangat murah dibandingkan harga jual di pasaran nyatanya membuat kelompok usaha kerang kering tersebut semakin tidak berdaya. Bahkan telah ada kelompok kerang kering sebelumnya yang berhenti berproduksi disebabkan karena menurunnya harga jual kerang kering yang diberikan oleh *tokeh* (agen). Oleh sebab itu pengemasan kerang kering sangat penting dilakukan dalam rangka menambah nilai jual produk. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menambah nilai jual adalah menghindari penjualan melalui agen */tokeh*. Dengan kata lain, kelompok usaha kerang kering ini harus menjual secara mandiri hasil olahan mereka, dengan konsekensi tentu saja menggunakan kemasan yang menarik.

Ketiga, lemahnya pengetahuan kelompok usaha kerang kering terhadap strategi pemasaran produk dalam hal ini terkait pembangunan jaringan pemasaran produk yang di hasilkan agar produk tersebut dapat menjangkau pasar nasional bahkan internasional. Meskipun produk yang di hasilkan memiliki kualitas yang

baik dan memiliki pengemasan yang menarik, namun jika tidak diimbangi dengan pengetahuan jaringan pemasaran yang luas, maka produk juga tidak akan terpasarkan secara maksimal. Masalah ini juga menjadi penghambat kelompok usaha kerang kering dalam memasarkan produknya. Oleh sebab itu dibutuhkan pelatihan pengembangan jaringan pemasaran produk. Sebagai kawasan pesisir, pengembangan usaha olahan kerang kering ini sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam rangka mendorong perekonomian dan kesejahteraan masyarakatnya sesuai dengan kearifan lokal yang ada di kawasan tersebut.

METODE

Usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat kawasan Pesisir Pantai dilakukan melalui kegiatan “Pengembangan Usaha Kerang Kering sebagai Produk Unggulan Masyarakat di Desa Suka Maju, Kabupaten Batu Bara”. Untuk melaksanakan hal tersebut maka diperlukan beberapa metode yang dapat mendukung proses implementasi pengabdian masyarakat tersebut di lapangan. Jumlah mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini berjumlah 1 kelompok mitra usaha. Pengabdian dilakukan selama kurang lebih tiga bulan (Mei – Agustus). Adapun beberapa metode yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penguatan materi-materi awal melalui pembelajaran pengembangan industri produk olahan kerang kering yang telah dilakukan dan dikaji di berbagai tempat lainnya yang ada di Indonesia sebagai bahan acuan pengembangan modul sekaligus sebagai penguatan modal sosial dan sebagai salah satu solusi yang tepat dalam mengembangkan ekonomi mikro di Desa Suka Maju.
2. Survei lokasi pengabdian di Desa Suka Maju Kecamatan Tanjung Tiram, Kabupaten Batubara sebagai langkah untuk mencari informasi tentang kondisi empirik di lapangan. Tahapan survei akan dilaksanakan secara langsung ke lokasi pengabdian dengan berdiskusi kepada mitra. Hal tersebut dilakukan untuk mendapat informasi nyata terkait tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh mitra sebagai pelaku usaha.
3. Membangun komunikasi secara intens dan berkesinambungan dengan mitra usaha agar pengabdian dapat berlangsung dengan lancar. Selanjutnya perjanjian kerjasama dengan mitra di buat dalam bentuk komitmen pendandatanganan surat kerjasama mitra yang ditandatangani dengan materai. Hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya memastikan diantara keduanya yaitu mitra dan tim pengabdian tetap komitmen dalam meningkatkan taraf perekonomian mereka.
4. Melakukan sosialisasi kepada mitra terkait pengurusan perizinan usaha serta melakukan pendampingan dalam pelaksanaan pengurusan perizinan usaha.. Sosialisasi dilakukan dengan menghadirkan seluruh anggota mitra. Selanjutnya Tim Pengabdian akan rutin memonitor kegiatan pendampingan tersebut sesuai kesepakatan kedua belah pihak.
5. Tim Pengabdian akan bekerjasama dengan “Rumah Kemasan” Kabupaten Batu Bara untuk membuat kemasan (*Packing Product*) olahan kerang kering yang di produksi mitra. Pada tahap ini tim pengabdian akan melakukan pendampingan kepada mitra untuk menentukan desain kemasan produk mitra dengan menggunakan aplikasi desain grafis.
6. Tim Pengabdian akan melakukan pelatihan kepada mitra cara mengemas produk secara mandiri. Dalam kegiatan ini Tim Pengabdian akan bekerjasama dengan UMKM sekitar lokasi mitra yang telah memiliki keahlian *packing* produk, sehingga mitra mampu mengemas sendiri produk mereka.
7. Pendampingan kelompok mitra usaha produksi olahan kerang kering dalam memperluas jangkauan dan jaringan pemasaran dan distribusi mulai dari proses pembuatan sampai pengiklanan di berbagai media online seperti Facebook dan Instagram dan juga melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain yang nantinya dapat dikendalikan sendiri oleh mitra nantinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat kawasan Pesisir Pantai dilakukan melalui kegiatan “Pengembangan Usaha Kerang Kering sebagai Produk Unggulan Masyarakat di Desa Suka Maju, Kabupaten Batu Bara”. Dalam menjalankan usahanya, para pelaku usaha tentu saja memiliki kendala yang di hadapi masing-masing pelaku usaha, seperti belum adanya izin usaha yang dimiliki, kurangnya pengetahuan pelaku usaha dalam mengemas dan memasarkan produk mereka, alat produksi yang terbatas, serta permasalahan – permasalahan lainnya.

Bagi pelaku usaha kerang kering ini, permasalahan yang di hadapi oleh mitra secara umum meliputi tiga hal, yaitu belum adanya badan usaha bagi usaha yang dilakukan sehingga nilai jual produk sangat rendah

yakni hanya 13.000 rupiah, kurangnya pengetahuan pelaku UMKM pengolahan kerupuk ikan tamban mengenai strategi pengemasan produk (*Packing Product*), serta lemahnya pengetahuan pelaku usaha terhadap strategi pemasaran produk dalam hal ini terkait pembangunan jaringan pemasaran produk yang di hasilkan. Berbagai permasalahan ini tentu saja menjadi factor penghambat berkembangnya UMKM tersebut. Atas permasalahan tersebut, maka implementasi pengabdian masyarakat tersebut di lapangan melalui pelaksanaan pelatihan. Adapun peserta yang hadir dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Data Peserta Pelatihan

No	Nama	Status Pekerjaan
1	Leva	Pelaku Usaha
2	Hanum	Pekerja Usaha
3	Umi	Pekerja Usaha
4	Syafriani	Pekerja Usaha
5	Indah	Pekerja Usaha
6	Linawati	Pekerja Usaha
7	Hanifah	Pekerja Usaha
8	Liza	Pekerja Usaha
9	Juniati	Pekerja Usaha
10	Fitri	Pekerja Usaha
11	Siti	Pekerja Usaha
12	Imranudin	Pekerja Usaha
13	Nuraini	Pekerja Usaha

Olahan kerang kering dilakukan melalui berbagai prosedur atau langkah – langkah sampai produk tersebut di jual. Adapun prosedur pembuatan kerang kering oleh pelaku usaha diantaranya dapat di gambarkan melalui gambar di bawah ini.



Gambar 1. Alur Pembuatan Kerang Kering



Gambar 2. Proses Perebusan Kerang



Gambar 3. Proses Pengupasan Kerang



Gambar 4. Proses Pewarnaan dan Penggaraman Kerang



Gambar 5. Pemberian Angkong dan Fiber kepada Mitra

Pelatihan Pengemasan Produk

Packaging (pengemasan) merupakan proses berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (container) atau pembungkus (wrapper) untuk melindungi suatu produk. Packaging termasuk wadah utama dari produk, dan juga kemasan kedua yang membungkus sebuah produk. Setelah pembungkus utamanya, pembungkus tersebut mungkin dibuang pada saat produk tersebut telah digunakan. Tahap akhir, kemasan penting untuk pengiriman, penyimpanan dan pengidentifikasian. Kemasan (packaging) adalah aspek lain dari strategi produk yang perannya semakin penting dewasa ini (Tjiptono, 2007). Banyak perusahaan yang mendesain kemasan produknya untuk menyampaikan pesan promosi penjualan seperti undian berhadiah atau kontes memperebutkan hadiah tertentu. Banyak perusahaan yang memandang kemasan sebagai cara yang penting untuk berkomunikasi dengan konsumen dan cara untuk menciptakan kesan terhadap merek suatu produk di memori konsumen. Banyak produk dewasa ini yang menggunakan kemasan sebagai cara untuk menunjukkan citra merek dan identitas (Marjania & Kusumaningrum, 2024). Kemasan yang didesain dengan buruk bisa menyebabkan konsumen pusing dan perusahaan kehilangan penjualan. Sebaliknya, kemasan yang inovatif bisa memberikan manfaat kepada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan. Kadang-kadang bahkan perbaikan kemasan yang tampak kecil bisa menghasilkan perbedaan besar (Wahyuni, 2017).



Gambar 6. Pelatihan Pengemasan Produk



Gambar 7. Pengemasan Produk yang di Hasilkan

Perubahan *packing produk* (pengemasan produk) bertujuan untuk menarik perhatian pembeli. Jika produk yang di tawarkan memiliki kemasan yang menarik, maka pembeli tidak ragu untuk membeli produk tersebut (Rahmat & Anastasya, 2023). Perubahan kemasan produk ini dilakukan dengan menggandeng Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Batu Bara, dimana untuk membantu pengembangan UMKM, Pemerintah Kabupaten menyediakan sarana yang dinamakan Rumah Kemasan.

Pelatihan Digital Marketing

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat (Hendriadi, 2019). Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain (Sukoco & Aprilia, 2024). Manfaat yang didapatkan dengan *digital marketing* selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, *digital marketing* bersifat *real time* sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan *feed back* dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat.



Gambar 8. Pelatihan Digital Marketing

Dalam hal pemasaran, Usaha Kerupuk Ikan Tamban ini masih dalam lingkup offline. Penjualan dilakukan hanya mampu menjangkau daerah di sekitar lokasi produksi saja. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha dalam hal digital marketing tentu saja menghambat produksi produk yang di hasilkan. Padahal, kemajuan teknologi saat ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung promosi produk, dimana tentu saja hal ini mampu meningkatkan angka penjualan produk. Berdasarkan permasalahan inilah tim pelaksana melakukan pelatihan digital marketing yang dilakukan pada tanggal 18 Juli 2022. Berikut merupakan potret pelatihan digital marketing.



Gambar 9. Pelatihan Digital Marketing

Pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk usaha sangat optimal dilakukan di tengah kemajuan teknologi saat ini. Adapun pemanfaatan tersebut dapat dilakukan melalui website, media social (Facebook, Instagram, dan media social lainnya), serta e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada (Avriyanti, 2021). Berbagai platform ini akan menghasilkan hasil yang efektif jika di kelola dengan baik dan berkesimbangan. Namun, sebelum memilih platform mana yang ingin di gunakan dalam memasarkan produk, terlebih dahulu perlu dilakukan pemetaan terhadap target pasar yang ingin di tuju, sehingga platform yang di gunakan akan sesuai dengan target pasar yang ingin di capai. Selain itu, dalam memasarkan produk melalui platform digital tentu saja harus memperhatikan berbagai hal, seperti merk produk, packing produk, serta deskripsi kualitas produk. Pelatihan Digital marketing ini bagi pelaku usaha cukup mendapat kesulitan mengingat para pelaku usaha belum terlalu tanggap teknologi. Sehingga pola pelatihan dilakukan sesederhana mungkin. Meskipun demikian, semangat dan antusias masyarakat dalam setiap tahapan pelatihan sangat baik.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dilakukan terlebih dahulu dengan menguraikan permasalahan mitra, kemudian mencarikan solusi atas permasalahan mitra tersebut. Beberapa permasalahan yang di hadapi oleh mitra adalah terkait dengan belum adanya izin usaha, sehingga harga jual produk sangat rendah, kedua masalah pemasaran serta packing produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut mata tim pengabdian melakukan beberapa pelatihan bagi mitra, seperti pelatihan pengemasan produk serta pelatihan digital marketing untuk menunjang pemasaran produk secara online. Pelatihan dilakukan sangat baik serta berjalan secara interaktif. Selanjutnya pelaku usaha telah memiliki packing produk kerang kering, serta telah memiliki akun penjualan di e-commerce (Shopee dan Facebook). Namun meskipun demikian, pendampingan lanjutan harus terus dilakukan, mengingat kecenderungan pelaku usaha dalam memasarkan produk mereka melalui platform digital sulit dilakukan tanpa pendampingan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 5(1), 60-74.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Batu Bara Tahun 2020
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2(2).
<https://www.masterplandes.com/penataan-desa/pemetaan-potensi-ekonomi-lokal/>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125.
- Kuncoro, M. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia 2007: Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Marjania, D., & Kusumaningrum, D. S. (2024). STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN UMKM DI CIBUNGUR SARI MELALUI SERVICE DAN PACKAGING YANG BAIK. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 3(1), 2944-2948
- Nurul Ramadhani Makarao, *Metode Mengajar Bidang Kesehatan*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 52
- Pramiyanti, Alila. *Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM*. Cetakan 1. Media Pressindo Yogyakarta
- Rahmat, R., & Anastasia, A. (2023). PENGEMBANGAN KEMASAN DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA PADA UMKM KOPI 919. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), 1-15.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Rajawali Pers, Jakarta
- Sukoco, S. A., Mayasiana, N. A., & Aprilia, J. W. (2024). Pendayagunaan Media Sosial: Peralihan Strategi Pemasaran Menuju Model Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2861-2869.
- Tjiptono, F., (2000) *Strategi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Wahyuni, Y. T. (2017). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi produk Sepatu pada Usaha Menengah BSM SOGA Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Zulkifli. (2011) *Metodologi Pengajaran Bahasa Arab*, Pekanbaru: Zanafa Publising.