

PELATIHAN VISUALISASI PELABELAN, PENGEMASAN DAN INOVASI RASA PADA PRODUK SENTRA TELUR ASIN

Yudi Wahyu Widiana¹, Suprapti², Dina Fitriana Ismara³, Imas Marlina⁴, Ina Agoestiarinie⁵

^{1,2,3,4,5}STIT Rakeyan Santang Karawang, Indonesia
yudiwidiana69@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Industri telur asin berkembang di Desa Muktijaya, bermula ketika masyarakat sekitar mulai banyak yang memiliki usaha sampingan beternak bebek di sekitar persawahan. Produk telur asin di Mukti Jaya di kerjakan dalam skala rumah tangga secara turun temurun. Hingga saat ini sistem penjualan masih dijual secara langsung, dan penjualan secara online belum cukup familiar di antara para produsen telur asin di Muktijaya. Tujuan pengabdian yakni memberikan pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin. Metode pelaksanaan pengabdian yakni dengan 3 (tiga) tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan terlihat bahwa hasil produksi umumnya dijual di rumah pembuat dan beberapa warga sekitar juga menjual telur asinnya secara berkeliling dengan motor, sepeda dan berjalan kaki. Selain dijual sendiri, beberapa mendistribusikan telur asin produksinya ke warung dan dijual eceran di rumah. Salah satu hambatan umum yang ditemui oleh para produksi dalam mendistribusikan produknya pada kanal yang lebih luas adalah kemasan produk yang belum mampu melindungi telur dari benturan, terutama untuk pembelian eceran. Selain itu produk dijual tanpa mencantumkan nama pemiliknya sehingga pembeli sulit untuk melacak produsen telur asin di Desa Muktijaya. Oleh sebab itu dilakukan pelabelan pada produk telur asin dan pada kemasan, untuk mendukung pemasaran Telur Asin di kanal distributor yang lebih luas.

Kata Kunci: Pelatihan, Visualisasi Pelabelan, Pengemasan, Inovasi Rasa, Telur Asin.

Abstract: The salted egg industry developed in Muktijaya Village, starting when many local people started to have a side business of raising ducks in the surrounding rice fields. Salted egg products in Mukti Jaya have been produced on a household scale for generations. Until now, the sales system is still sold directly, and online sales are not yet familiar enough among salted egg producers in Muktijaya. The aim of the service is to provide assistance in visualization training on labeling, packaging and taste innovation in salted egg center products. The method of implementing service is in 3 (three) stages, namely the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. Based on the results of the activity, it can be seen that the produce is generally sold at the maker's house and several local residents also sell their salted eggs around on motorbikes, bicycles and on foot. Apart from selling it themselves, some distribute the salted eggs they produce to stalls and sell them retail at home. One of the common obstacles encountered by producers in distributing their products to wider channels is product packaging that is not able to protect eggs from impact, especially for retail purchases. Apart from that, the product is sold without including the owner's name, making it difficult for buyers to trace the salted egg producer in Muktijaya Village. Therefore, labeling is carried out on salted egg products and on packaging, to support the marketing of Salted Eggs in wider distributor channels.

Keywords: Training, Labeling Visualization, Packaging, Flavor Innovation, Salted Eggs.

Article History:

Received: 01-12-2023

Revised : 05-12-2023

Accepted: 30-01-2024

Online : 30-01-2024

A. LATAR BELAKANG

Cilamaya Kulon memiliki berbagai produk unggulan yang berpusat di berbagai sentra industri. Salah satu sentra industri tersebut adalah sentra penghasil telur asin. Sentra industri telur asin berlokasi di desa Muktijaya, kecamatan Cilamaya Kulon,

Kota Karawang. Daerah ini merupakan daerah persawahan. Umumnya mata pencaharian penduduk setempat adalah menggarap sawah untuk bertani. Selain bertani, penduduk sekitar juga beternak bebek di area sekitar persawahan. Hasil produksi telur dari peternakan bebek inilah yang menjadi bahan baku pembuatan telur asin, sekaligus menjadi awal mula berkembangnya industri telur asin di Muktiyaya. Pengraji telur bebek di Muktiyaya, sudah ada sejak lama. Hingga saat ini hanya beberapa yang masih bertahan. Salah satu pengusaha telur asin di Muktiyaya yang masih bertahan adalah ibu Wasti. Usaha telur asin miliknya merupakan usaha turun temurun. Telur asin siap makan produksinya telah didistribusikan ke warung sayur, warung nasi maupun pedanggang eceran. Meskipun usaha telur asin ini telah berjalan bertahun - tahun, hingga kini produknya masih dikemas dengan sangat sederhana tanpa identitas / label yang mudah diidentifikasi.

Usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan bisnis masyarakat yang utama dalam kegiatan perekonomian (Sucahyawati dkk, 2019). Mereka merupakan pemercepat dalam pengembangan ekonomi masyarakat. Usaha mikro kecil selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai bisnis pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan memungkinkan dihipungnya penerimaan negara berupa pajak. Hidayat dikutip (Hoerudin, 2018) menjelaskan bahwa peran dan fungsi strategis ini, sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UMKM (usaha mikro kecil menengah) sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional.

Hingga saat ini, telur asin Bu Wasti hanya produksi 1 rasa saja, yaitu telur asin original. Selama ini hasil produksinya, dijual tanpa Merek / identitas, dengan tidak adanya identitas ini membuat konsumen sulit menemukan produsen. Padahal kemudahan akses untuk menemukan produk sangatlah penting untuk membangun loyalitas konsumen terhadap produk telur asin. Loyalitas konsumen dapat mendorong untuk melakukan pembelian yang berulang (*Repeat order*) dan advokasi kepada calon konsumen lain. Tentunya hal ini akan memberikan dampak pada kelangsungan usaha dan omzet produsen.

Dalam proses distribusi, umumnya produk telur asin dikemas dengan cara ditumpuk pada Tray atau kertas bersekat khusus telur. Untuk pembelian eceran, telur asin dikemas dalam kantong plastik (kresek) untuk memudahkan saat membawa produk yang di beli. Kemasan ini dipilih karena murah dan mudah didapat. Metode pengemasan ini seringkali tidak mampu mempertahankan bentuk telur asin saat didistribusikan, sehingga menyebabkan telur rusak ketika sampai ditangan pembeli. Kerusakan yang sering terjadi adalah telur retak dan pecah.

Berdasarkan permasalahan yang ada, dapat disimpulkan bahwa diperlukan sebuah rancangan identitas untuk memudahkan konsumen mengidentifikasi produk dan menemukan produk kembali. Identitas ini kemudian akan diaplikasikan pada atribut pemasaran produk seperti kemasan. Kemasan yang akan dibuat tak hanya sekedar memuat identitas dan informasi produk, namun juga mampu mempertahankan bentuk telur asin selama proses distribusi yang panjang sekalipun. Selain itu, peningkatan kualitas dan teknik pengemasan juga diharapkan mampu meningkatkan nilai produk dan mendukung distribusi produk telur asin ke kanal distribusi lain.

Untuk dapat memasarkan produknya ke kanal distribusi yang lebih luas, kemasan produk yang harus memenuhi standar yang ditetapkan oleh pasar atau toko modern.

Dengan kata lain, metode pengemasan berupa kanton plastik yang selama ini digunakan, harus diperbaiki menjadi kemasan yang selain mampu melindungi telur selama distribusi juga mampu memberikan nilai jual tambahan pada produk telur asin.

Potensi mitra dalam industri kecil kreatif yang menghasilkan telur asin untuk meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Mukti Jaya. Usaha di bidang produksi makanan adalah salah satu jenis bisnis yang memiliki prospek yang cerah dan selalu diminati oleh masyarakat. Faktor ini menjadi pendorong utama untuk perkembangan cepat industri kuliner, terutama dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam sistem pemasaran dan penjualan produk.

Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Menurut (Arifudin, 2020) bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah bisnis yang memiliki skala kecil atau menengah dalam hal jumlah karyawan, omset dan aset.

Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan yang dapat dimanfaatkan dan diberdayakan. Dengan pemberdayaan UMKM dapat membantu Masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi pengangguran. Upaya mendorong dan memotivasi masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa banyak potensi yang dapat digali dan dikembangkan (Agustin dan Ulya, 2022). Secara umum UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas kesempatan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Sedyastuti, 2018).

Pendampingan yang dilakukan oleh tim mahasiswa dan dosen dalam pengembangan usaha industri kecil kreatif adalah implementasi manajemen usaha yang mungkin belum dimanfaatkan oleh masyarakat. Tim pelaksana Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) hadir untuk memberikan motivasi dan dukungan kepada masyarakat dapat melakukan kegiatan yang memberikan manfaat, seperti pelatihan dalam pengolahan telur asin dengan pengemasan produk yang menarik.

Menurut (Surya, 2023) pemberdayaan masyarakat ialah upaya memberikan daya kepada masyarakat agar mau dan mampu melakukan aktifitas positif yang bermanfaat bagi mereka. Sejalan dengan itu, menurut Endah dalam (Mayasari, 2023) bahwa pemberdayaan masyarakat intinya membangkitkan potensi yang ada dalam diri individu atau kelompok dengan memberikan dorongan, memberikan kesadaran akan potensi yang dimiliki orang atau kelompok tersebut dengan tujuan pemberdayaan mengarah kepada keadaan capaian atau yang ingin dihasilkan ke arah perubahan masyarakat yang berdaya guna dan memiliki kemampuan dalam merubah dan memperbaiki kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah rendahnya tingkat penjualan produk. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap hal ini adalah penggunaan kemasan produk yang sederhana, terutama berupa plastik polos, yang belum memberikan tampilan yang menarik bagi calon pembeli.

Inovasi menurut (Ardiansyah, 2020) adalah penerapan secara praktis ide kreatif. Inovasi dapat diwujudkan dengan adanya kreativitas yang cukup tinggi. Kreativitas

adalah kemampuan untuk menerapkan sesuatu yang baru ke dalam kehidupan kita. Sedangkan menurut Hartini dalam (Sofyan, 2020) bahwa semakin tinggi inovasi produk dan inovasi proses, maka semakin tinggi pula kualitas produk.

Desain kemasan dan logo kemasan dapat menjadi daya tarik iklan, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian (Aria dkk, 2021). Media promosi produk yang akan dipasarkan dapat digunakan dengan melakukan pengembangan desain kemasan dengan tampilan yang menarik (Sidhiantari dkk, 2020). Industri kecil membutuhkan persiapan dalam menerapkan penggunaan teknologi informasi untuk mengoptimalkan proses produksi dalam memasuki era industri 4.0 pada kondisi saat ini (Taufiq, 2022).

Pemasaran dengan menggunakan media sosial membutuhkan foto produk sebagai tampilan yang dipublikasikan sehingga konsumen dapat melihat tampilan bentuk produk yang akan dijual. Dalam upaya untuk melakukan penyesuaian dengan sistem digitalisasi menggunakan internet, sehingga diperlukan pemberdayaan pelaku usaha industri kecil untuk menerapkan teknologi informasi komunikasi dalam sistem pemasaran produk agar dapat menjangkau konsumen secara luas (Arief dkk, 2019). Perencanaan pemasaran digital sebagai media promosi produk untuk meraih konsumen global (Yogaswara dkk, 2021).

Meski demikian, tim PkM juga menjelaskan kepada peserta pelatihan mengenai prospek usahanya. Menurut Kotler dalam (Hadiansah, 2021) bahwa inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sehingga lebih lanjut ditegaskan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Sebagai langkah awal, produk telur asin ini dipasarkan pada kegiatan bazar KKN Mahasiswa STIT Rakeyan Santang.

Untuk menunjang pemasaran di butuhkan pengemasan yang menarik para pelanggan. Yang bertujuan untuk menarik para konsumen yang tertarik pada produk yang di jual dan dapat meningkatkan harga jual, karna produk yang di jual juga haruslah memuaskan konsumen (Triharyanto, 2017). Maka dari itu, menurut (Tanjung, 2020) bahwa sangat dibutuhkan dorongan dan pendampingan untuk pengemasan produk (*packaging*) dan pemasaran. Para pelaku bisnis, kini tidak lagi hanya melakukan inovasi pada bagian inti produk mereka saja, namun sekarang para produsen juga kini telah melakukan inovasi terhadap kemasan produk mereka. Hal ini dilakukan karena para produsen telah menyadari bahwa kemasan merupakan salah satu komponen yang penting baik untuk meningkatkan penjualan dan juga untuk menunjukkan citra perusahaan (*corporate image*) maupun citra merek (*brand image*) mereka, karena kemasan merupakan hal yang pertama kali disentuh atau dilihat oleh konsumen dalam memilih suatu produk, jika kemasannya bagus dan menarik, tentu konsumen akan mendekat, meraih serta melihat dengan lebih dekat dan detail produk yang sedang ditawarkan. Menurut (Shavab, 2021) bahwa kemasan yang baik dan menarik dapat menciptakan dorongan untuk membeli.

Berdasarkan beberapa pengertian kemasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa kemasan adalah wadah produk yang dibuat atau di desain dengan system terpadu untuk melindungi, mengawetkan, dan menyiapkan produk untuk pengangkutan dengan penampilan fisik yang menarik seperti warna, bentuk, label, dan bahan yang digunakan.

Perbaikan pada kemasan ini diharapkan dapat meningkatkan daya jual produk dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat secara khusus ekonomi keluarga.

Menurut Widodo dalam (Athik Hidayatul Ummah, 2021) bahwa pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang profesional di bidangnya. Pelatihan adalah proses pembelajaran yang memungkinkan pegawai melaksanakan pekerjaan yang sekarang sesuai dengan standar. Menurut Rachmawati dalam (Bairizki, 2021), pelatihan merupakan wadah lingkungan bagi karyawan, di mana mereka memperoleh atau mempelajari sikap, kemampuan, keahlian, pengetahuan, dan perilaku spesifik yang berkaitan dengan pekerjaan. Menurut Rivai dan Sagala dikutip (Silaen, 2021), pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini. Dari beberapa pengertian diatas, pelatihan adalah sebuah proses untuk meningkatkan kompetensi karyawan dan dapat melatih kemampuan, keterampilan, keahlian dan pengetahuan karyawan guna melaksanakan pekerjaan secara efektifitas dan efisien untuk mencapai tujuan di suatu perusahaan.

Perkembangan teknologi dan informasi juga sangat berpengaruh pada kegiatan pemasaran dalam bidang apapun (Nasser, 2021). Pemasaran dahulu yang masih tradisonal yang mengedepankan ruang beralih dengan pemasaran digital (*digital marketing*) dengan menggunakan aplikasi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu kecanggihan teknologi dan pergeseran gaya hidup masyarakat. Rusmanto dalam (Labetubun, 2021) bahwa *Digital Marketing* merupakan promosi produk atau merk melalui satu atau lebih bentuk media elektronik. *Digital Marketing* sering di sebut juga *Online Marketing*, *Web Marketing* atau *Internet Marketing*. Menurut Yunus dalam (Fasa, 2020) bahwa *Digital Marketing* (Pemasaran Digital) yaitu kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk berkomunikasi dengan pelanggan atau calon pelanggan. Media digital dapat beragam, disesuaikan dengan kepentingan pemasar (Siregar, 2021).

Gunartin dalam (Sudirman, 2020) bahwa ekonomi keluarga merupakan salah satu disiplin ilmu ekonomi yang menitikberatkan pada unit ekonomi terkecil dan keterlibatannya dalam perjuangan mengangkat manusia dari kemiskinan. Selain itu, menurut (Arifudin, 2019) bahwa ekonomi keluarga memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan anggota keluarga untuk memenuhi kebutuhan mereka secara berkelanjutan, yang merupakan pertumbuhan ekonomi keluarga. Menurut (Tanjung, 2019) bahwa untuk mencapai kedudukan yang stabil dalam perekonomian keluarga, harus dilakukan upaya untuk terus meningkatkan pendapatan dan memanfaatkannya seefisien mungkin untuk memenuhi kebutuhan, dengan menyisakan sebagian surplus untuk ditabung dan investasi secara berkelanjutan.

Doriza dikutip (Arifudin, 2018) bahwa keluarga harus memiliki pilihan kesejahteraan yang berbeda untuk meningkatkan kesejahteraan. Tanpa adanya sumber daya keluarga tidak akan dapat berjalan dan mungkin setiap anggota akan menderita kehancuran. Atau jika tidak hancur, anggota keluarga akan bergabung dengan rumah tangga lain yang mempunyai sumber daya lebih. Gunartin dikutip (Damayanti, 2020) bahwa peningkatan ekonomi keluarga dapat diwujudkan apabila: 1) Anggota keluarga memiliki kesadaran yang mendorong pencapaian peningkatan ekonomi, 2) Semua

anggota keluarga memiliki perilaku jujur, berkomitmen, terbuka, disiplin, dan bertanggung jawab serta mampu bekerja sama untuk satu tujuan yang meningkatkan ekonomi keluarga, 3) Memberdayakan kemampuan atau potensi yang dimiliki keluarga dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan, 4) Memanfaatkan alokasi sumber daya ekonomi dalam keluarga sesuai dengan kebutuhan, bukan keinginan, serta 5) Setiap anggota keluarga berkomitmen untuk mempertahankan pengaruh sebanyak mungkin terhadap ekonomi keluarga.

Soerjono dalam (Fikriyah, 2022) pengertian kalimat “status ekonomi keluarga” Status berarti keadaan atau kedudukan (orang, badan) dalam berhubungan dengan masyarakat di sekelilingnya. Ekonomi berarti urusan keuangan rumah tangga (organisasi, negara) di masyarakat istilah ekonomi biasanya berhubungan dengan permasalahan kaya dan miskin, keluarga berarti ibu bapak dan anak-anaknya satuan kekerabatan yang mendasar dalam masyarakat. Status sosial pada ekonomi keluarga ini pada setiap lingkungan masyarakat dengan sengaja atau tidak sengaja terbentuk dengan sendirinya (Ulfah, 2011) dalam konteks ini mengutip keterangan Aris toteles: “Bahwa di dalam tiap-tiap negara terdapat tiga unsur, yaitu mereka yang kaya sekali, mereka yang melarat dan mereka yang ada di tengah-tengahnya”.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu adanya pendampingan usaha terutama dalam memberikan informasi tentang pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin di Desa Mukti Jaya.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian yang dilakukan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin yang dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program. Menurut (Sanulita, 2024) bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dalam rangka memberikan rekomendasi perbaikan pada mitra pengabdian masyarakat. Adapun tahapan pelaksanaan program pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut:

Tahapan awal

Pada tahapan ini menurut (Haris, 2023) bahwa dalam rangka mempersiapkan seluruh kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat. Tim PkM melakukan semua persiapan untuk pelaksanaan kegiatan, dimulai dari mencatat jumlah dan kesiapan peserta atau mitra yang akan mengikuti pelatihan dan membuat Whatsapp Group untuk memudahkan komunikasi dan pembagian materi sebelum dan selama pelatihan. Selain itu pada tahap ini tim PkM mempersiapkan materi powerpoint tentang pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin yang akan disampaikan mulai dari pengenalan, manfaat, cara membuat hingga cara menggunakannya.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini menurut (Arifudin, 2023) bahwa seluruh aktifitas-aktifitas dari pengabdian masyarakat sesuai dengan tahapan awal. Tahapan ini dilakukan penyampaian Materi baik itu cara membuat hingga cara menggunakannya. Tahapan penyampaian materi dilakukan dengan cara presentasi menggunakan powerpoint, setelah itu Tim PkM menjelaskan dan menunjukkan langkah-langkah pendampingan dalam pemanfaatan minyak jelantah dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin. Setelah itu

dilakukan bimbingan latihan/praktek, dimana sebelum dimulainya kegiatan peserta (mitra) telah diberikan informasi terlebih dulu melalui WaG terkait rencana kegiatan dengan menjelaskan secara perlahan dan bertahap setiap langkahnya agar peserta kegiatan dapat memahami dan mengikuti dengan mudah.

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini menurut (Nuary, 2024) bahwa merupakan tahapan dalam rangka menilai sejauh mana pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan indikator ketercapaian kegiatan yang dirasakan oleh masyarakat. Tahapan ini tim PkM melakukan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan dengan menyebarkan angket via google form atau menggunakan kertas biasa yang terdiri dari beberapa pertanyaan berkaitan dengan perkembangan kemampuan dan respon peserta atau mitra sebagai peserta dalam upaya pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin. Hasil evaluasi juga diperkuat dengan dilakukannya wawancara oleh Tim PkM kepada masing-masing peserta.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses penelitian dimulai dengan mengumpulkan data mengenai industri telur asin di Mukti Jaya. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara/observasi langsung ke lokasi distribusi produk, wawancara dengan pelaku bisnis telur asin, dan penelusuran data publikasi tertulis. Data tersebut kemudian dianalisis dan didukung dengan studi literatur, terutama tanda pengenal/identitas dan visual kemasan. Hasil analisis berupa kebutuhan desain kemudian dijadikan landasan dalam perancangan visualisasi kemasan telur asin. Hasil rancangan dan eksplorasi kemudian dijadikan rekomendasi kemasan. Setelah desain dibuat, hasil desain diproduksi untuk diserahkan kepada telur asin milik Ibu Wasti. Kemasan kemudian diujicobakan untuk digunakan pada produk telur asin Bu Wasti. Produk yang dihasilkan adalah telur asin siap makan. Usaha ini merupakan usaha turun temurun yang saat ini di kelola oleh Ibu Wasti tanpa identitas. Produk Telur Asin siap makan ini dipasarkan tanpa identitas, merek dan nama pemiliknya.

Menurut Gagne dalam (Rohimah, 2024) bahwa hasil kegiatan yang dilakukan pada penelitian merupakan hasil kegiatan yang kompleks, hasil belajar merupakan kapabilitas, setelah belajar siswa memiliki keterampilan, pengetahuan, sikap dan nilai. Timbulnya kapabilitas tersebut adalah simulasi yang berasal dari lingkungan dan proses kognitif yang dilakukan oleh siswa (pelajar). Sesuai dengan kegiatan pengabdian yang berjudul “pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin”.

Adapun kegiatan pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin dengan pendekatan yang dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program, yaitu sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Pada tahapan ini, Tim PkM selain memberikan materi tentang pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin juga mensosialisasikan terkait agenda kegiatan secara keseluruhan. Materi powerpoint tentang pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada

produk sentra telur asin sudah dishare terlebih dulu ke para peserta yang menjadi mitra, agar peserta kegiatan PkM dapat mempersiapkan diri sebelum mengikuti kegiatan.

Proses pembuatan produk telur asin Ibu Wasti, dimulai dengan mencuci Telur bebek mentah untuk menghilangkan kotoran yang menempel pada cangkang telur. Setelah telur dicuci, telur bebek yang akan di asinkan kemudian dilumuri dengan adonan yang terdiri atas campuran garam kasar, abu gosok, dan bata merah yang sudah dihaluskan. Telur Asin yang telah dilumuri adonan pengasinan ini kemudian disimpan kedalam area penyimpanan.

Begitu juga dengan proses telur Asin Rasa Rendang, dimulai dengan mencuci telur bebek mentah untuk menghilangkan kotoran yang melekat pada cangkang telur. Setelah telur dicuci, telur di gosok dengan amplas halus supaya pori-pori cangkang telur terbuka, setelah itu siapkan bumbu rendang yang sudah dihaluskan dan di tumis sampai harum, bisa juga pake bumbu rendang yang instan, yang dijual dipasaran, setelah itu kita siapkan abu gosok, garam kasar, bata merah yang sudah dihaluskan dan bumbu rendang di campur jadi satu tambahkan sedikit air supaya menjadi adonan yang basah, dan telur bebek mentah siap dilumuri dengan adonan abu gosok yang sudah tercampur dengan bumbu rendang. Telur asin rasa Rendang setelah dilumuri adonan pengasinan, kemudian disimpan ke dalam area penyimpanan. Sebaiknya Telur Asin yang sudah di lumurin adonan di susun menggunakan keranjang /ember yang lebar yang berlubang kecil-kecil, supaya disaat garamnya mencair, air tersebut dapat menetes keluar dari wadah tersebut.

Telur disimpan dalam keadaan gelap selama 10 sampai 14 hari, tergantung tingkat keasinan produk yang di inginkan. Pada hari yang ke 10, rasa asin baru menyebar ke putih telurnya saja. Rasa asin ini baru menyerap ke kuning telur pada hari ke 11 atau 12. Telur diasinkan sempurna pada hari ke 13 atau 14, dimana kuning telur menghasilkan rasa masir dan mengeluarkan sedikit minyak.

Telur yang telah di asinkan kemudian direbus. Waktu perebusan dapat memakan waktu 3 - 4 jam untuk memastikan telur matang dan awet untuk jangka waktu yang lebih panjang. Telur yang telah matang diangkat dan ditiriskan, kemudian disimpan ke dalam keranjang plastik hingga suhunya stabil. Telur asin milik Ibu Wasti ini kemudian dikemas dengan menggunakan keranjang dan siap diantar kewarung yang ada di desa mukti jaya, di kemas juga ke dalam keranjang-keranjang kecil, dan warga sekitarpun siap menjemput dan berjualan keliling desa dengan kendaraan masing-masing, bahkan ada juga yang berjalan kaki berjualan telur asin sambil menggendong anaknya yang masih balita. Bahkan ada juga yang datang kerumah untuk pembelian partai besar atau grosir dan juga eceran.

Telur yang rusak biasanya dijual hampir sengah harga. Biasanya kerusakan ini terjadi pada proses perebusan ataupun pada proses pengepakan. Kerusakan yang umum terjadi adalah telur retak, pecah, bahkan remuk. Tentunya hal ini merugikan usaha Telur Asin bu wasti dan mengurangi keuntungan mereka.



Gambar 1.1 Tahap Persiapan

Perencanaan dalam sebuah program menentukan keberhasilan dari sebuah program (Arifudin, 2021). Oleh karenanya, sangat penting direncanakan secara komprehensif. Pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin mengikuti langkah berikut ini:

1. Melakukan diskusi dengan peserta pada lokasi penelitian untuk membahas masalah yang akan dipecahkan.
2. Mengkaji tema yang akan diajarkan pada pengabdian ini.
3. Menentukan pokok bahasan yang akan diajarkan.
4. Mempersiapkan perangkat pembelajaran, yakni Rencana Pembelajaran.
5. Membuat format observasi untuk melihat bagaimana kondisi belajar mengajar.

Motivasi belajar merupakan faktor psikologis yang sangat besar pengaruhnya dalam melakukan aktivitas belajar, karena belajar itu tidak akan terjadi tanpa ada motivasi (Arifudin, 2022). Jadi, subjek belajar yang mengalami proses belajar, supaya berhasil perlu memperhatikan dan selalu mengembangkan motivasi dalam dirinya, sehingga antara tujuan dan harapan dapat tercapai secara maksimal, karena motivasi merupakan pendorong untuk melakukan suatu aktivitas.

Ada dua faktor yang mempengaruhi motivasi, Sardiman sebagaimana dikutip (Supriani, 2020) mengemukakan yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. 1) Motivasi intrinsik, yaitu motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsi tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu, serta 2) Motivasi ekstrinsik, yaitu motif-motif yang aktif dan berfungsi karena adanya rangsangan dari luar.

Pendapat di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi belajar terbagi menjadi dua bagian, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang mempengaruhinya untuk melakukan aktivitas belajar. Faktor tersebut merupakan faktor yang sangat penting karena dengan motivasi intrinsik, seseorang akan menyadari pentingnya belajar, senang dan dapat lebih berkonsentrasi. Faktor ekstrinsik merupakan faktor yang berasal dari luar diri siswa yang mempengaruhinya untuk melakukan aktivitas belajar. Faktor tersebut dapat berupa rangsangan, seperti ingin mendapat pujian, dan ingin mendapat nilai agar dapat prestasi, ataupun karena dengan adanya bantuan dari pihak lain yang mengarahkan atau memecahkan masalah-masalah yang dihadapi dalam aktivitas belajarnya.

Menurut Dimiyanti sebagaimana dikutip (Ulfah, 2023) mengemukakan bahwa motivasi belajar penting bagi peserta karena 1) Menyadarkan kedudukan pada awal belajar, proses, dan hasil akhir, 2) Menginformasikan tentang kekuatan usaha belajar yang dibandingkan dengan teman sebaya, 3) Mengarahkan kegiatan belajar, 4) Membesarkan semangat belajar, serta 5) Menyadarkan tentang adanya perjalanan belajar dan kemudian belajar.

Hasibuan dalam (Arifudin, 2024) bahwa pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoritis, konseptual, dan moral karyawan, sedangkan latihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerjaan karyawan.

Dalam memulai usaha agar mencapai suatu keberhasilan harus terlebih dahulu menyusun ide-ide agar memudahkan pengusaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Ide sangat penting dalam menjalankan bisnis agar tidak kalah saing dengan pengusaha lainnya, seperti mengembangkan ide yang kreatif dan inovatif sehingga usaha yang dijalankan akan berjalan seiring berkembangnya zaman. Adapun ide pengembangan usaha biasanya didapatkan dari lingkungan, minat, pendidikan, kesempatan, dan jaringan.

Tahap Pelaksanaan

Setelah seluruh peserta melakukan registrasi pada kegiatan PkM pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin yang dituju, Tim PkM melanjutkan kegiatan dengan agenda penyampaian materi selanjutnya yakni memberikan arahan untuk mengikuti setiap arahan pada PkM pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin.

Fokus utama pengembangan kemasan adalah mengamankan telur dari kerusakan akibat benturan, terutama untuk produk Telur Asin yang dijual eceran. Benturan yang dimaksud adalah benturan dari luar kemasan maupun dalam kemasan. Benturan dari luar seperti tekanan ataupun guncangan saat kemasan ditumpuk. Sementara benturan dari dalam dapat terjadi akibat tumbukkan antar telur.

Oleh karena itu, sistim kemasan yang akan digunakan haruslah memiliki jarak (*space*) yang cukup untuk meredam benturan atau getaran dari luar. Jarak yang ideal adalah dimana permukaan kemasan tidak menyentuh permukaan telur secara langsung. Untuk mencegah benturan antar telur di dalam kemasan, perlu adanya sistim sekat atau kompartemen pemisah yang memungkinkan telur berada pada posisi yang stabil tanpa membentur telur lainnya.

Dimensi kemasan yang kami gunakan hanya memuat 4 (empat) butir telur. Hal ini dikarenakan perhitungan biaya pengemasan yang seimbang adalah untuk jumlah pembelian minimum 4 butir telur. Selain itu, jumlah pembelian 4 butir telur ini rawan benturan dan kerusakan apabila dikemas menggunakan kantong plastik (kresek) seperti yang dilakukan saat ini, sehingga kuantiti inilah yang diprioritaskan.

Menurut (Darmawan, 2021) mengemukakan bahwa pada tahap pelaksanaan sangat penting untuk melakukan semuanya sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat, agar dapat sesuai dengan tujuan dari sebuah program. Pelaksanaan perlu dilakukan serinci mungkin agar tidak ada hal yang terlewat dari program yang dibuat.



Gambar 1.2 Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Upaya pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin, pengabdian memperhatikan perubahan peserta, keaktifan peserta, dan tanggapan peserta terhadap proses pembelajaran yang dialaminya. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan selama pelaksanaan tindakan yang dilakukan oleh pengabdian. Pelaksanaan pendampingan dalam pelatihan visualisasi pelabelan, pengemasan dan inovasi rasa pada produk sentra telur asin dilakukan selama dua kali pertemuan. Setiap pertemuan dilakukan melalui tahap-tahap berikut ini:

Djamarah sebagaimana dikutip (Ulfah, 2022) mengemukakan bahwa prestasi belajar adalah hasil yang diproses, yang diperoleh berupa kesan-kesan yang mengakibatkan perubahan dalam diri individu sebagai hasil aktivitas belajarnya. Secara operasional tes merupakan alat atau prosedur yang digunakan untuk mengetahui atau mengukur sesuatu dalam suasana, dengan cara dan aturan-aturan yang sudah ditentukan atau sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Lebih lanjut menurut (Ulfah, 2019) bahwa hasil belajar dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan pembelajaran berkaitan dengan aspek-aspek kognitif dan aspek psikomotorik.

Hasil belajar dapat diketahui dengan jalan melakukan pengukuran yang dikenal dengan istilah pengukuran hasil belajar. Arikunto sebagaimana dikutip (Hanafiah, 2022) mengemukakan bahwa pengukuran hasil belajar ialah suatu tindakan atau kegiatan untuk melihat sejauh mana tujuan-tujuan instruksional dapat dicapai atau dikuasai oleh siswa setelah menempuh pengalaman belajarnya (proses belajar mengajar), termasuk pada kegiatan literasi pada masyarakat ini.

Pembelajaran dilaksanakan melalui pendekatan tematik. Untuk memperoleh hasil belajar yang optimal, tim PKM dituntut memilih metode yang tepat sehingga dapat membangkitkan motivasi belajar peserta agar tujuan pembelajaran dapat dicapai sesuai dengan kompetensi yang diharapkan (Rifky, 2024). Menurut (Ulfah, 2020) bahwa Guru diharapkan menggunakan multi metode dan berbagai model dan strategi pembelajaran secara bervariasi, misalnya ceramah, diskusi, kerja kelompok, demonstrasi dan lain-lain.

Sebagaimana dipahami bahwa setiap media pengajaran memiliki kemampuan masing-masing, maka diharapkan kepada guru agar menentukan pilihannya sesuai dengan kebutuhan pada saat pertemuan. Menurut (Ulfah, 2021) bahwa hal ini dimaksudkan agar penggunaan media tidak menjadi penghalang proses belajar mengajar khususnya yang akan guru lakukan, yakni alat bantu yang dapat mempercepat/mempermudah pencapaian tujuan pengajaran.

Secara umum, manfaat media dalam pembelajaran adalah memperlancar interaksi antara guru dengan siswa sehingga kegiatan pembelajaran akan lebih efektif dan efisien (Apiyani, 2022). Akan tetapi, lebih lanjut Anderson dalam (Rahman, 2021) mengemukakan secara khusus dan rinci ada beberapa manfaat media seperti yang dikemukakan beberapa manfaat media dalam pembelajaran sebagai berikut: a) Penyampaian materi pelajaran dapat diseragamkan, b) Proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik, c) Proses pembelajaran menjadi lebih interaktif, d) Efisiensi dalam waktu dan tenaga, e) Meningkatkan kualitas belajar siswa, f) Media memungkinkan proses belajar dapat dilakukan kapan dan dimana saja, g) Media dapat menumbuhkan sikap positif siswa terhadap materi dan proses belajar siswa, serta h) Mengubah peran guru kearah yang lebih positif dan produktif.

Yunus sebagaimana dikutip (Sulaeman, 2022) mengemukakan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan media pendidikan seperti tujuan yang ingin dicapai, ketepatangunaan materi media, keadaan peserta didik, ketersediaan media, mutu teknis dari media, serta biaya yang dibutuhkan dalam pembuatan dan penggunaan media. Lebih lanjut Anderson dalam (VF Musyadad, 2022) mengemukakan bahwa tiga pertimbangan kelayakan yang dapat dipakai pengajar untuk memilih media pembelajaran adalah sebagai berikut: a) Kelayakan praktis, seperti : Keakraban pengajar dengan media yang akan digunakan, ketersediaan media di lingkungan belajar setempat, ketersediaan waktu untuk mempersiapkan, dan ketersediaan sarana untuk fasilitas pendukungnya, b) Kelayakan tehnik seperti: relevan dengan tujuan yang ingin dicapai (kualitas pesan atau kurikuler), dan merangsang terjadinya proses belajar-mengajar, serta c) Kelayakan biaya biasanya faktor kelayakan biaya baru ditinjau bila memenuhi persyaratan tehnik lebih dari satu, yaitu apakah biaya yang dikeluarkan seimbang dengan manfaat yang akan diperoleh.

Tahap Evaluasi

Menurut (Djafri, 2024) mengemukakan bahwa peran evaluasi sangat penting dalam rangka melihat sejauhmana keberhasilan dari sebuah program serta langkah perbaikan ke depan.

Visualisasi tanda pengenalan atau identitas ditampilkan pada Label Kemasan Produk. Adapun Merek yang akan dikenalkan “ Endog Asik” Bu Wasti untuk produk Telur Asin siap makan. Konsep dasar visualisasi kemasan adalah untuk membuat tanda pengenalan atau Merek yang mudah di kenali sekaligus menguatkan tampilan produk. Oleh karena itu visualisasi harus dapat menampilkan Merek “Endog Asik” Bu Wasti dengan jelas.



Gambar 1.3 Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Dalam mengembangkan usaha harus memiliki aturan-aturan yang mengatur jalannya kegiatan usaha agar tidak melanggar norma-norma Islam, berikut ini adalah aturan dalam menjalankan usaha secara umum: a) Memiliki sikap yang mengikuti aturan-aturan hukum Negara dan juga masyarakat, b) Memiliki penampilan yang sopan sesuai dengan ajaran Islam, c) Memiliki kemampuan menarik pelanggan dengan cara yang benar tanpa ada paksaan, serta d) Memiliki rasa peduli kepada pelanggan dan bisa menyenangkan orang lain.

Siddiqi dalam (Hoerudin, 2023) menjelaskan bahwa pengusaha Islam adalah manusia yang bertujuan untuk mendapatkan kebutuhan hidupnya melalui usaha perdagangan, dan selanjutnya memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui perdagangan tersebut. Dalam menentukan jenis perusahaan yang hendak didirikan dan dijalankan, pengusaha tersebut akan berusaha dengan sungguh-sungguh agar tujuan tersebut dapat terpenuhi, walaupun permasalahan ini tergantung pada kemampuan keuangan dan juga kemampuannya dalam menjalankan perusahaan tersebut.

Kegiatan ini terlaksana dengan baik tentunya dengan pengorganisasian yang telah direncanakan sebelumnya. Terdapat bagian-bagian dalam kepanitiaan kegiatan pengabdian masyarakat dan pihak- pihak pada bagian-bagian tersebut berfungsi dengan baik. Hal ini sejalan dengan (Fitria, 2023) bahwa pelaksanaan program dapat terlaksana dengan baik dengan menggunakan pendekatan manajemen.

Dalam proses evaluasi, dilakukan saat pengabdian berakhir. Kemudian akan dilakukan perbaikan pada pengabdian selanjutnya dengan pengembangan tema pengabdian pada mitra.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Produk Telur Asin Ibu Wasti memiliki sejarah yang panjang sekaligus potensi yang besar. Kuantitas produksi yang sedang meski dilakukan dalam skala rumah tangga tetap diimbangi dengan kualitas produk yang prima. Untuk memberikan nilai tambah pada produk, dilakukan kegiatan pengembangan kualitas pengemasan produk. Pengembangan kemasan ini juga di dukung dengan perancangan tanda pengenalan merek (*brand identity*) untuk memudahkan proses identifikasi produk oleh konsumen. Kemudian di aplikasikan bersama informasi mengenai produk Telur Asin Ibu Wasti. Hasil kegiatan kemudian diaplikasikan untuk mendukung pengembangan usaha Sentra Telur Asin milik Ibu Wasti.

Adapun saran yang bisa disampaikan berdasar pada pengabdian masyarakat ini yakni pada proses pemasaran dapat mengoptimalkan media sosial dalam mempermudah promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Ketua STIT Rakeyan Santang yang telah mengizinkan proses pengabdian masyarakat.
2. Dosen Pembimbing Lapangan Bpk Yudi Wahyu Widiani, M.Pd yang telah membimbing dan membantu sehingga pengabdian ini berjalan dengan baik dan lancar.
3. Bpk Holil selaku Kadus, Dusun Krajan Barat, Desa Muktijaya, Kecamatan Cilamaya kulon, yang telah membantu dan mensupport kami, sehingga pengabdian masyarakat kami berjalan dengan baik.

4. Ibu Wasti yang sudah mengizinkan kami untuk observasi dan menganalisis produk Telur asin di Rumahnya mengenai usaha telur Asin yang di kelolanya.
5. Intan Rasari selaku Ketua koordinator Desa Mukti Jaya
6. Buat teman-teman proker klompok RW 1 desa mukti jaya, yang selalu kompak dan saling melengkapi, saling mendukung, sehingga tugas UMKM kita berjalan dengan lancar dan berhasil, semoga kita tetap solid ya.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustin dan Ulya. (2022). Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang dan Label pada UMKM Jajanan Camilan di Desa Joresan Mlarak Ponorogo. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 58–70.
- Apiyani, A. (2022). Implementasi Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (PKB) Guru Madrasah Dalam Meningkatkan Keprofesian. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 499–504.
- Ardiansyah. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Usaha.*, 1(2), 19-25.
- Aria dkk. (2021). Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini. *WIDYABHAKTI : Jurnal Ilmiah Populer.*, 3(2), 75-82.
- Arief dkk. (2019). Digitalisasi Industri Kecil Dan Produk Pertanian Daerah Upaya Untuk Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Innovation and Applied Technology.*, 5(1), 842–847.
- Arifudin, O. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Kependidikan STIT Rakeyan Santang Karawang. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 209–218.
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). *Perkembangan Peserta Didik (Tinjauan Teori-Teori Dan Praktis)*. Bandung: CV Widina Media Utama.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Arifudin, O. (2024). Utilization of artificial intelligence in scientific writing. *Journal of Technology Global*, 1(2), 131–140.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Darmawan, I. P. A. (2021). *Total Quality Management Dalam Dunia Pendidikan" Model, Teknik Dan Impementasi"*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Djafri, N. (2024). Development Of Teacher Professionalism In General Education: Current Trends And Future Directions. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(3), 745–758.
- Doriza, S. (2015). *Ekonomi Keluarga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Fikriyah, S. (2022). Peran Orang Tua Terhadap Pembentukan Karakter Anak Dalam Menyikapi Bullying. *Jurnal Tahsinia*, 3(1), 11–19.
- Fitria, N. (2023). Manajemen Pengelolaan Media Pembelajaran Pendidikan Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(03), 2239–2252.
- Hadiansah, D. (2021). *Membaca Perspektif Balanced Scorecard*. Bandung: Azka Hafidz Maulana Foundation.
- Hanafiah, H. (2022). Penanggulangan Dampak Learning Loss dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran pada Sekolah Menengah Atas. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 1816–1823.
- Haris, I. (2023). Pengenalan Teknis Penggunaan Software Turnitin Dan Mendeley Dekstop Untuk Meningkatkan Kualitas Karya Ilmiah Mahasiswa Baru. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(2), 172–178.
- Hoerudin, C. W. (2018). Kinerja Belanja Daerah Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung. *Publica: Jurnal Pemikiran Administrasi Negara*, 10(2), 108–115.
- Hoerudin, C. W. (2023). E-Learning as A Learning Media Innovation Islamic Education. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 15(1), 579–594.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Mayasari, A. (2023). Penerapan Model Pembelajaran Nilai Melalui Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Siswa. *Antologi Kajian Multidisiplin Ilmu (Al-Kamil)*, 1(1), 47–59.
- Nasser, A. A. (2021). Sistem Penerimaan Siswa Baru Berbasis Web Dalam Meningkatkan Mutu Siswa Di Era Pandemi. *Biormatika: Jurnal Ilmiah Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 7(1), 100–109.
- Nuary, M. G. (2024). Teacher Strategies In Instilling Nationalist Values In The Millennial Generation In The Technological Era. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(4), 954–966.
- Rahman, N. H. (2021). Pengaruh Media Flashcard Dalam Meningkatkan Daya Ingat Siswa Pada Materi Mufrodad Bahasa Arab. *Jurnal Tahsinia*, 2(2), 99–106.
- Rifky, S. (2024). Professionalism Of Educators In Learning Development. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(2), 579–588.
- Rohimah, R. B. (2024). Madrasah's Contribution To The Empowerment Of The Village Community In Indonesia. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(4), 1088–1101.
- Sanulita, H. (2024). Analysis Of The Effectiveness Of Audio Visual Learning Media Based On Macromedia Flash Usage On School Program Of Increasing Student Learning Motivation. *Journal on Education*, 6(2), 12641–12650.
- Sedyastuti. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Sidhiantari dkk. (2020). Pengembangan dan Pemanfaatan Desain Kemasan sebagai Media Promosi pada UKM Heavenine. *Journal of Community and Development*, 1(1), 1–5.
- Silaen, N. R. (2021). *Kinerja Karyawan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Siregar, R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.

- Sucahyawati dkk. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Humansi.*, 2(1), 25–36.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sulaeman, D. (2022). Implementasi Media Peraga dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 71–77.
- Supriani, Y. (2020). Upaya Meningkatkan Motivasi Peserta Didik Dalam Pembelajaran. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(1), 1–10.
- Surya, C. M. (2023). Upaya Meningkatkan Kreativitas Anak Melalui Kegiatan Bermain Finger Painting. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 9–14.
- Tanjung, R. (2019). Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(1), 234–242.
- Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- Taufiq, M. I. (2022). Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan administrasi perkantoran pada Kantor Desa Cikalong Kecamatan Cikalongwetan Kabupaten Bandung Barat. *Ministrate: Jurnal Birokreasi & Pemerintahan Daerah*, 4(3), 103–117.
- Triharyanto, H. &. (2017). Peningkatan Daya Jual Aneka Produk Olahan Makanan Melalui Teknik Pengemasan Produk. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis.*, 19(10), 45–53.
- Ulfah, U. (2011). *Program Bimbingan dan Konseling Pribadi Sosial untuk Meningkatkan Kemampuan Penyesuaian Diri Siswa Terhadap Keragaman Budaya*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ulfah, U. (2019). Peran Konselor Dalam Mengembangkan Potensi Peserta Didik. *Jurnal Tahsinia*, 1(1), 92–100.
- Ulfah, U. (2020). Implementasi Bimbingan Dan Konseling Di Sekolah Dalam Kurikulum 2013. *Jurnal Tahsinia*, 1(2), 138–146.
- Ulfah, U. (2021). Pengaruh Aspek Kognitif, Afektif, Dan Psikomotor Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 2(1), 1–9.
- Ulfah, U. (2022). Peran Guru Dalam Upaya Pengembangan Bakat Dan Minat Peserta Didik. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 3(1), 9–16.
- Ulfah, U. (2023). Analisis Teori Taksonomi Bloom Pada Pendidikan Di Indonesia. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 4(1), 13–22.
- VF Musyadad. (2022). Supervisi Akademik untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Guru dalam Membuat Perangkat Pembelajaran. *JIIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 1936–1941.
- Yogaswara dkk. (2021). Pengembangan usaha rengginang melalui pelatihan perencanaan pemasaran digital di desa tiripan. *Jurnal Abdimas Teknik Kimia.*, 2(1), 36–39.