

PELATIHAN UMKM INOVASI DAN PEMASARAN PEMBUATAN RENGGINANG DI DESA TEGALURUNG

Nurpaeji^{1*}, Novi Yunita Lestari², Pipit Setyaningsih³, Teti Supriyati⁴, Kurniati⁵

^{4,5}PIAUD, STIT Rakeyan Santang Karawang, Indonesia

^{1,2,3}PGMI, STIT Rakeyan Santang Karawang, Indonesia

nurpaeji@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Desa Tegalurung merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Cilamaya Kulon Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Sumber mata pencaharian masyarakat Dusun Tegalurung adalah petani. Pembuatan rengginang yang memiliki potensi yang sangat bagus untuk menunjang ekonomi masyarakat. Untuk itu diadakannya pelatihan UMKM inovasi dan pemasaran pembuatan rengginang di Desa Tegalurung. Metode pelaksanaan pengabdian yakni dengan 3 tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan terlihat bahwa pengolahan rengginang sangat mudah dan sederhana, serta memiliki nilai jual yang tinggi. Tantangan utama yang dihadapi masyarakat tegalurung adalah kurangnya minat dalam pemrosesan rengginang. Hal ini dapat diatasi dengan melalui pemrosesan rengginang untuk membuat produk lebih menarik bagi konsumen. Kegiatan ini mendapat respons yang baik dan telah menambahkan pengetahuan masyarakat untuk mencoba alternatif lain dari peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kata Kunci: Pelatihan, Inovasi, Pemasaran, Rengginang.

Abstract: Tegalurung Village is a village located in Cilamaya Kulon District, Karawang Regency, West Java. The source of livelihood for the people of Tegalurung Hamlet is farmers. Making rengginang has excellent potential to support the community's economy. For this reason, assistance for SMEs in innovation and marketing for making rengginang is being held in Tegalurung Village. The method of implementing service is in 3 stages, namely the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. Based on the results of the implementation of activities, it can be seen that processing rengginang is very easy and simple, and has a high selling value. The main challenge faced by the Tegalurung community is the lack of interest in rengginang processing. This can be overcome by processing rengginang to make the product more attractive to consumers. This activity received a good response and has increased people's knowledge to try other alternative business opportunities to increase people's income.

Keywords: Training, Innovation, Marketing, Rengginang.

Article History:

Received: 12-04-2022

Revised : 19-05-2022

Accepted: 23-06-2023

Online : 30-06-2023

A. LATAR BELAKANG

Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu model pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Perguruan Tinggi (Anwas, 2011). Adapun menurut Hafidz sebagaimana dikutip (Arifudin, 2020) bahwa kegiatan kuliah kerja nyata menjadi peluang emas bagi mahasiswa yang cerdas, kritis, inovatif dan kreatif dalam mencari solusi, formulasi dan strategi yang tepat untuk berbagai permasalahan unit-unit usaha/UMKM yang tidak produktif dan pengembangan yang ada di Desa. Menurut (Surya, 2023) bahwa penempatan lokasi mahasiswa KKN banyak diarahkan pada Desa yang memiliki potensi yang unggul namun masih minim skill masyarakat dalam

pengelolaan hasil alamnya. Oleh karena itu Desa Tegalurung Kecamatan Cilamaya Kulon Kabupaten Karawang, Jawa Barat dipilih sebagai tempat pengabdian.

Untuk itu tim PKM mengadakan kegiatan pelatihan pemberdayaan ekonomi yang dapat meningkatkan perekonomian warga di sana utamanya ibu-ibu rumah tangga. Kegiatan pelatihan ini dilakukan di ruman ibu Ani RT 06. Rengginang adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia yang dibuat dari bahan beras ketan putih atau hitam, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, berasa manis atau gurih, dan mempunyai tekstur renyah.

Pengertian pelatihan menurut Andrew F. Sikula dalam (Arifudin, 2018) mendefinisikan pelatihan sebagai berikut: *“Training is a short term educational process utilizing systematic and organized procedure by which non managerial personel learn technical knowledge and skill for a definite purpose”*. Pelatihan adalah sesuatu proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir, sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu (Arifudin, 2021).

Begitu pula dengan halnya Mathis dikutip (Hanafiah, 2022) yang memberikan definisi mengenai “Pelatihan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi oleh karna itu, proses ini terikat dengan berbagai tujuan organisasi, pelatihan dapat dipandang secara sempit ataupun luas”. Dengan demikian yang di kemukakan oleh Ambar Teguh Sulistiani dan Rosidah dikutip (Hanafiah, 2021), yang memberikan definisi mengenai Pelatihan adalah proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur sistematis pengubahan perilaku para pegawai dalam satu arah guna meningkatkan tujuan-tujuan organisasional. Sedangkan menurut Bedjo Siswanto dikutip (Fitria, 2023) mengemukakan bahwa Pelatihan adalah manajemen pendidikan dan pelatihan secara menyeluruh mencakup fungsi yang terkandung di dalamnya, yakni perencanaan, pengaturan, pengendalian dan penilaian kegiatan umum maupun latihan keahlian, serta pendidikan dan latihan khusus bagi para pegawai pengaturannya meliputi kegiatan formulasi, kebutuhan pemberian servis yang memuaskan, bimbingan, perijinan dan penyelaan.

Simmons, Armstrong & Durkin dikutip (Athik Hidayatul Ummah, 2021) mengemukakan bahwa UMKM merupakan suatu usaha yang hanya memiliki ruang lingkup pasar yang kecil, tenaga kerja yang sedikit, dan dikelola sendiri oleh pemilik usaha. Menurut Bank Dunia dikutip (Siregar, 2021) mengemukakan UMKM merupakan suatu bisnis yang memenuhi dua dari tiga kriteria yaitu kekuatan karyawan, ukuran aset atau penjualan tahunan.

Jennings dan Beaver dikutip (Febrianty, 2020) mengemukakan bahwa perkembangan usaha tidak hanya meliputi kenaikan pendapatan, tetapi juga dengan bertambahnya volume, laba, maupun tenaga kerja. Maka dapat dikatakan bahwa perkembangan usaha menunjukkan perubahan dalam usaha tersebut, perubahan ini berupa usahanya sudah mengalami kemajuan. Adapun Ayodeji et al dikutip (Damayanti, 2020) mengemukakan bahwa perkembangan usaha merupakan pertumbuhan manajemen dan daya saing ekonomi perusahaan tersebut. Peningkatan daya saing ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan penghasilan yang lebih banyak sehingga mampu bertahan bahkan bersaing dengan perusahaan lain. Perkembangan usaha biasanya dilihat dari segi pendapatan (omset)

yang diterima setiap bulannya. Menurut Inggarwati dan Kaudin dalam (Silaen, 2021) mengemukakan bahwa perkembangan usaha dapat diukur dengan melihat pertumbuhan penjualan, bertambahnya karyawan, peningkatan laba, dan peningkatan nilai aset. Apabila semua ini sudah terwujud, maka usaha tersebut dapat dianggap mengalami perkembangan. Dari beberapa penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perkembangan usaha merupakan kenaikan pendapatan (omset) perusahaan tersebut. Perkembangan usaha juga dapat diartikan sebagai suatu peningkatan volume, pendapatan, laba, dan tenaga kerja diimbangi dengan adanya kemajuan kinerja perusahaan tersebut.

Kata inovasi berasal dari bahasa Inggris *innovation* berarti perubahan. Inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses kegiatan atau pemikiran manusia untuk menemukan sesuatu yang baru yang berkaitan dengan input, proses, dan output, serta dapat memberikan manfaat dalam kehidupan manusia. Inovasi yang berkaitan dengan input diartikan sebagai pola-pola pemikiran atau ide manusia yang disumbangkan pada temuan baru (Hadiansah, 2021). Adapun inovasi yang berkaitan dengan proses banyak berorientasi pada metode, teknik, ataupun cara bekerja dalam rangka menghasilkan sesuatu yang baru. Selanjutnya, Makmur & Rohana dikutip (Bairizki, 2021) mengemukakan inovasi yang berkaitan dengan output berdasarkan definisi tersebut lebih ditujukan pada hasil yang telah dicapai terutama penggunaan pola pemikiran dan metode atau teknik kerja yang dilakukan. Ketiga elemen dalam inovasi tersebut sesungguhnya membentuk suatu kesatuan yang utuh.

Menurut Oslo Manual dalam (Arifudin, 2022), inovasi memiliki aspek yang sangat luas karena dapat berupa barang maupun jasa, proses, metode pemasaran atau metode organisasi yang baru atau telah mengalami pembaharuan yang menjadi jalan keluar dari permasalahan yang pernah dihadapi oleh organisasi. Selanjutnya Green, Howells & Miles dalam (Supriani, 2020) mendefinisikan inovasi sebagai sesuatu yang baru yaitu dengan memperkenalkan dan melakukan praktek atau proses baru (barang atau layanan) atau bisa juga 13 dengan mengadopsi pola baru yang berasal dari organisasi lain. Thomas dalam (Hasbiyallah, 2022) mendefinisikan inovasi sebagai peluncuran sesuatu yang baru. Tujuan diluncurkannya sesuatu yang baru kedalam suatu proses adalah untuk menimbulkan perubahan besar yang radikal.

Sejalan dengan pendapat diatas Albury dan mulgan dalam (Ulfah, 2021) mengatakan bahwa sebuah inovasi dapat dikatakan berhasil apabila penciptaan dan pelaksanaan proses, produk, jasa dan metode yang baru dapat menghasilkan perbaikan kualitas hasil yang efektif dan efisien. Adapun inovasi menurut Evert M. Rogers dalam (Labetubun, 2021) adalah sebagai suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. Inovasi sendiri secara singkat didefinisikan oleh Ellitan dan Anatan dikutip (Shavab, 2021) mengemukakan sebagai perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang didalamnya mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baru. Sedangkan Fontana dikutip (Ulfah, 2022) menjelaskan inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari caracara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersiapkan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang/jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen.

Menurut Kotler sebagaimana dikutip (Arifudin, 2019) bahwa strategi adalah suatu alat yang menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengaplikasikan sumber daya dan organisasi. Strategi sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategi. Agustina Sinta dikutip (Hadiansah, 2021) mengemukakan

bahwa pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala yang menyangkut penyampaian produk dan jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Menurut Kotler dikutip (Tanjung, 2020) bahwa pengertian strategi pemasaran adalah sebuah sosial dan manajerial individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk dengan pihak lainnya. Definisi ini berdasarkan konsep-konsep inti, seperti: kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk-produk (barang-barang, layanan dan ide), value, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan pasar dan para pemasar, serta prospek. Sedangkan definisi pemasaran menurut *Word Marketing Association* (WMA) dikutip (Sofyan, 2020) bahwa pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholder-nya.

Strategi *digital marketing* adalah strategi yang digunakan para pelaku bisnis dalam memaksimalkan potensi aktivitas digital marketing yang sedang dilaksanakan (Sudirman, 2020). Setiap pelaku bisnis atau perusahaan memiliki strategi digital marketing yang berbeda-beda, disesuaikan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Digital marketing menurut Urban dikutip (Fasa, 2020) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “*interactive marketing*”, *one-to-one marketing* dan “*e-marketing*” erat kaitannya dengan “*digital marketing*”.

Dari pengertian para ahli diatas tim PKM bermaksud akan membantu dalam proses pembuatan rengginang dan memasarkan rengginang melalui digital sehingga jangkauan pemasarannya akan lebih luas dan akan mudah diakses oleh masyarakat luas, agar bisa masuk ke toko-toko swalayan, pusat oleh-oleh dan lainnya.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian yang dilakukan dalam pelatihan UMKM inovasi dan pemasaran pembuatan rengginang di Desa Tegalurung yang dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program. Menurut (Arifudin, 2023) bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dalam rangka memberikan rekomendasi perbaikan pada mitra pengabdian masyarakat. Adapun tahapan pelaksanaan program pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut:

Tahapan Persiapan

Pada tahapan ini menurut (Haris, 2023) bahwa dalam rangka mempersiapkan seluruh kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, diantaranya: (a) melakukan koordinasi internal: kegiatan ini dilakukan oleh tim guna membahas tentang perencanaan secara konseptual dan operasional; (b) koordinasi secara eksternal: kegiatan ini dilakukan dengan pihak sekolah mitra terkait; (c) penyusunan instrumen kegiatan pengabdian seperti, presensi, PPT, media diskusi dan sebagainya; dan (d) persiapan mengenai tempat / lokasi kegiatan, dokumentasi dan persiapan teknis lainnya.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini menurut (Fitria, 2020) bahwa seluruh aktifitas-aktifitas dari pengabdian masyarakat sesuai dengan tahapan awal. Ini merupakan tahap training atau pelatihan yang dilaksanakan dengan mencakup hal-hal berikut: (a) *Focus*

Group Discussion (FGD); (b) Pelatihan dengan *role play*; (c) pendampingan penerapan program.

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini menurut (Mardizal, 2023) bahwa merupakan tahapan dalam rangka menilai sejauh mana pelaksanaan pengabdian dan indikator ketercapaian kegiatan yang dirasakan oleh masyarakat. Tahap ketiga ini merupakan tahap tindak lanjut, meliputi: (a) evaluasi serta refleksi terhadap program; (b) pengembangan modul proyek; dan (c) tindak lanjut berupa pendampingan dan layanan terpadu.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan mahasiswa KKN-T STIT Rakeyan Santang Karawang serta saran dari dosen pembimbing lapangan Desa Tegalurung Kecamatan Cilamaya Kulon, potensi terbesar Di Desa Tegalurung adalah rengginang. Oleh karena itu, rancangan program kerja yang berorientasi pada potensi Desa Tegalurung tersebut dibuat. Program yang dibuat adalah program pengabdian masyarakat.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di masyarakat berjudul Pelatihan UMKM Rengginang Desa Tegalurung. Kegiatan ini diawali dengan memberikan penjelasan terkait rengginang merupakan sejenis kerupuk tebal yang terbuat dari beras ketan yang dibentuk bulat dan dikeringkan dengan cara dijemur di bawah panas matahari, lalu digoreng panas dalam minyak goreng. Rengginang tidak dihancurkan sehingga bentuk butiran ketannya masih tampak. Rengginang juga ada berbagai rasa di antaranya rasa original, rasa terasi, dan gula merah.

Adapun pembuatan rengginang dengan bahan utama beras ketan yakni sebagai berikut :

- 1) Beras ketan di rendam setengah jam, kemudian di masak, lalu di cetak



Gambar 1.1. Proses Pencetakan Rengginang

2) Setelah di cetak kemudian di jemur dan digoreng



Gambar 1.2 Penggorengan Rengginang

3) Setelah digoreng dan didinginkan kemudian rengginang di kemas



Gambar 1.3 Pembuatan Stiker Kemasan Baru

Dengan cara memberikan tambahan nama dalam kemasan Rengginang pemberian stiker dalam kemasan agar terlihat mewah, kemasan juga sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Yanuar et al., 2004). Untuk itu, tujuan utama pemberian kemasan pada produk adalah guna melindungi dan mencegah adanya kerusakan atas produk yang dijual.

Kelebihan produk rengginang berbahan baku beras ketan antara lain: (1) tidak mengandung pengawet, karena dalam pembuatan menggunakan bahan-bahan alami, (2) memiliki varian rasa dan (3) sehat dikonsumsi.

Hasil pembuatan rengginang ini bisa digunakan masyarakat sebagai sample untuk dijual di warung-warung kelontong yang ada di desa, pasar maupun BUMDES (Badan Usaha Milik Desa). Pemasaran keripik pisang juga bisa dilakukan dengan melakukan penjualan secara online agar lebih optimal. Pemasaran online memiliki efek positif pada peningkatan maksimalisasi laba (Nasser, 2021). Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi peluang untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sebagai peluang usaha. Berdasarkan temuan (Rizky & Mavianti., 2019). Analisis usaha rengginang dapat menghasilkan keuntungan 30%.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari rangkaian proses kegiatan pengabdian masyarakat STIT Rakeyan Santang dengan program PKM pengolahan rengginang sangat mudah dan sederhana, serta memiliki nilai jual yang tinggi. Tantangan utama yang dihadapi masyarakat tegalurung adalah kurangnya minat dalam pemrosesan rengginang. Hal ini dapat diatasi dengan melalui pemrosesan rengginang untuk membuat produk lebih menarik bagi konsumen. Kegiatan ini mendapat respons yang baik dan telah menambahkan pengetahuan masyarakat untuk mencoba alternatif lain dari peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Melalui kegiatan pengabdian membuat rengginang yang dilakukan di Desa Tegalurung diharapkan kegiatan pelatihan ini menjadi alternatif dalam pengupayaan pendapatan masyarakat dengan memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) yang ada di lingkungan sekitar masyarakat yaitu olahan beras ketan menjadi rengginang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat Alloh yang Maha pengasih penulis dapat menyelesaikan pengabdian masyarakat ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa kerjasama dan bantuan berbagai pihak sangat membantu dalam menyelesaikan jurnal pengabdian masyarakat ini. Oleh sebab itu, di dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian jurnal pengabdian masyarakat ini.

1. Ketua STIT Rakeyan Santang, yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
2. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) STIT Rakeyan Santang yang telah mengizinkan kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
3. Ketua Program Studi PGMI STIT Rakeyan Santang yang telah mengizinkan kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
4. Ketua Program Studi PIAUD Rakeyan Santang yang telah mengizinkan kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
5. Dosen Pembimbing Lapangan KKN STIT Rakeyan Santang yang telah membantu kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
6. Kepala Desa Sumurgede, Kepala Dusun 2 dan Masyarakat, selaku mitra pengabdian
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian jurnal pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwas. (2011). Kuliah Kerja Nyata Tematik Pos Pemberdayaan Keluarga Sebagai Model Pengabdian Masyarakat Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan.*, 17(5), 565–575.
- 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). Peranan Konseling Dosen Wali Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 10(2), 237–242.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- 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.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Febrianty, F. (2020). *Kepemimpinan & Prilaku Organisasi Konsep Dan Perkembangan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Fitria, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 120–127.
- 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. (2021). Pelatihan Software Mendeley Dalam Peningkatan Kualitas Artikel Ilmiah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 213–220.
- Hanafiah, H. (2022). Upaya Meningkatkan Kompetensi Profesional Guru melalui Supervisi Klinis Kepala Sekolah. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(10), 4524–4529.
- 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.
- Hasbiyallah, H. (2022). Emotion Control Education in the New Normal Era Through Riyadlah Dhikr. *Atthulab: Islamic Religion Teaching and Learning Journal*, 7(1), 1–13.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.

- Mardizal, J. (2023). Model Kepemimpinan Transformational, Visioner dan Authentic Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Era 4.0. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2994–3003.
- 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.
- Rizky & Mavianti. (2019). Keripik Pisang : Peluang Usaha Baru di Dusun 3 Tanjung Anom, Deli Serdang. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan.*, 1(1), 311–318.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- 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.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- 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. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- 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). Kepemimpinan Pendidikan di Era Disrupsi. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 153–161.
- Yanuar, C. S., Intyas, Y., & Zulkifli. (2004). Pengaruh Citra Merek, Kemasan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Coca Cola (Studi Pada Supermarket Lion Superindo di Kota Malang) Cries. *Acute Pain*, 6(2), I.