



PENGABDIAN KKN TEMATIK MAHASISWA UIGM PELATIHAN PENINGKATAN OMSET USAHA KERIPIK NANAS DAN DESAIN KEMASAN PENJUALAN *E-COMMERCE* DESA KEMANG

Oleh

Richardho Pratama¹, Ridho Novryanto², Hamid Halin³, Siti Komariah Hildayanti⁴

^{1,2}Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang

^{3,4}Dosen Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang

E-mail: ¹2019510004@students.uigm.ac.id, ²2018520034@students.uigm.ac.id,

³hamithalin@uigm.ac.id, ⁴sitikomaria@uigm.ac.id

Article History:

Received: 08-11-2022

Revised: 22-11-2022

Accepted: 18-12-2022

Keywords:

Nanas, Kemasan/Packaging,
E-commerce, UMKM, Omset

Abstract: *KKN tematik MBKM ini mengabdikan masyarakat bertujuan untuk menguraikan hasil penelitian tentang peningkatan omset usaha keripik nanas khas Desa Kemang melalui pembaharuan desain packaging dan pengembangan pemasaran produk. Usaha keripik nanas ini memiliki potensi yang sangat baik, maka perlu mendapat perhatian khusus dari berbagai pihak seperti dari pemerintah, swasta maupun perguruan tinggi sebagaimana yang telah banyak dilakukan oleh perguruan tinggi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penelitian ini fokus pada pembaharuan kemasan, desain dan pemasaran produk keripik nanas usaha baru Ibu yang berlokasi di pinggiran kota, tepatnya di jalan desa Kemang, Muarah Enim. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah analisis dekskriptif kualitatif. Hasil pengabdian kepada masyarakat adalah para produsen keripik nanas memiliki tambahan pengetahuan mengenai cara menarik minat beli konsumen dan dengan adanya perbaharuan design dan material kemasan produk yang lebih aman dapat menjadi identitas produk dan produsen melalui penjualan e-commerce dapat meningkatkan produktivitas dan penjualan*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan di desa saat ini telah menjadi prospek bisnis yang menjanjikan. Keberadaan para pelaku usaha yang terus bertambah, seakan menunjukkan bahwa usaha keripik nanas di desa ini patut di tingkatkan dan dikembangkan serta menjadi perhatian bagi semua pihak. Mengingat kewirausahaan menjadi prospek bisnis yang menjanjikan, maka perlu diadakannya pembangunan masyarakat berwirausaha guna menciptakan perekonomian yang lebih baik. Seperti halnya di Desa Kemang, Kec Lembak yang mayoritas masyarakatnya memiliki perkebunan buah nanas. Hal ini dapat dijadikan peluang untuk berwirausaha. jumlah wirausaha di Desa Desa Kemang, Kec Lembak sangat sedikit dengan kemampuan berwirausaha yang perlu ditingkatkan lagi terutama pada usaha dibidang



makanan yaitu keripik nanas. Hal ini dikarenakan masyarakat setempat hanya menjual buah nanas segar dan belum dapat mengembangkan hasil tani dilingkungan usaha, Hertati & Ilyas, 2022; Terttiaavini, & Saputra, 2019).

Nanas merupakan salah satu buah di Indonesia yang cukup populer. Buah nanas sendiri berasal dari Brazil. Buah nanas mempunyai memiliki komponen yang dapat menyehatkan tubuh. Nanas memiliki kandungan air yang tinggi dengan memiliki rasa lezat juga sangat menyegarkan, (Heryati, 2018; Hertati, et,all, 2021). Perpaduan dari aroma khas nanas yang manis dan asam memang mampu membuat banyak orang tergoda. Selain dikonsumsi langsung dalam keadaan segar, nanas juga dapat dikonsumsi dengan diolah terlebih dahulu seperti dibuat jus maupun diolah menjadi keripik. Buah nanas juga memiliki banyak manfaat yang penting bagi tubuh. Si buah berwarna kuning cerah ini banyak memberikan untuk kita mineral, vitamin, antioksidan, juga enzim. Buah nanas menyediakan manfaat yang penting bagi tubuh diantaranya memperlancar pencernaan, menjaga kesehatan gigi, mengatasi flu dan demam, mengobati peradangan kulit, mengatasi kembung pada perut, mengatasi ketombe, menghaluskan kulit, mengobati asam urat, menyuburkan rambut, meningkatkan kekebalan tubuh, meredakan radang tenggorokan, menurunkan tekanan darah, menurunkan berat badan, meningkatkan kualitas sperma dan masih banyak yang lainnya. Dengan khasiat yang besar tak salah jika buah nanas ini banyak dicari dan diburu orang, (Pratami, et,all.2022; Heryati & Herdiansyah 2020).

Buah nanas sangat cukup mudah untuk ditemukan dipasaran, bahkan stocknya selalu ada di sepanjang tahun. Harga dari nanas pun masih sangat terjangkau, sekaligus menjadi suatu pilihan buah yang baik terutama untuk masyarakat yang tinggal di daerah beriklim tropis. Meski buah ini memiliki banyak khasiat serta manfaatnya, namun sangat perlu berhati-hati bagi para wanita yang sedang hamil. Mereka sangat dianjurkan untuk tidak mengonsumsi nanas sebab buah ini mengandung bromelian yang tidak boleh dikonsumsi bagi ibu hamil. Buah nanas ini dihasilkan dari tanaman nanas yang memiliki daun panjang berujung tajam juga tersusun atas bentuk roset yang mengelilingi batang yang tebal. Buah nanas ini cocok dibudidayakan di wilayah Indonesia. Buah nanas banyak dibudidayakan masyarakat dan hasil olahannya dapat dibuat menjadi keripik nanas. Keripik yang terbuat dari nanas ini memang cukup laku keras di pasaran. Keripik nanas juga menjadi salah satu produk yang dikembangkan agar nilai jual buah nanas makin menguntungkan. Jika biasanya harga nanas mentah masih terbilang murah namun dengan diolah menjadi produk keripik nanas ini untuk harga jual akan jauh lebih menguntungkan, (Terttiaavini & Saputra, 2020; Haryati, & Erduandi 2018; Hertati, 2022).

Usaha keripik nanas merupakan sebuah usaha home industri yang di produksi sendiri oleh masyarakat setempat dari buah nanas yang di olah menjadi keripik. Usaha ini didirikan pada tahun 2022 oleh ibu Kades. Perusahaan ini hanya membuka satu tempat usaha yang berlokasi di depan rumah produksi. Dalam satu kali proses produksi dapat menghasilkan sebanyak kurang lebih 50 bungkus keripik nanas dan dalam sehari keripik nanas dapat terjual sebanyak kurang lebih 30 bungkus. Harga jual keripik nanas disesuaikan dengan volume kemasan produk. Kemasan yang digunakan untuk mengemas produk masih menggunakan kemasan plastik tipis dan polos. Selain kemasan yang masih sederhana tampilan desain kemasan juga sangat simple. Pemasaran produk keripik nanas masih dilakukan secara manual sehingga produk ini dikenal oleh masyarakat sekitarnya saja karena produsen tidak memasarkan produk menggunakan teknologi dan pemasaran



produk keripik nanas hanya dilakukan di toko, (Hartati, & Erduandi 2018: Terttiaavini, & Saputra, 2022).

Keripik nanas memiliki potensi yang sangat baik, mengingat keripik nanas yang merupakan salah satu oleh-oleh khas Desa Kemang, Kec Lembak. Buah nanas memiliki banyak manfaat, buah nanas ini bisa membuat sistem pertahanan tubuh menjadi lebih solid. Kandungan vitamin A, vitamin C, kalsium, fosfor, magnesium, besi, natrium, kalium, dekstrosa, sukrosa, serta enzim bromelain yang tersimpan dalam buah nanas juga bisa menyembuhkan penyakit-penyakit serius. Usaha keripik nanas ini layak untuk dikembangkan. Tjiptono (2011) dan Terttiaavini, & Saputra, (2020) menyatakan bahwa pemberian kemasan pada produk memiliki beberapa tujuan, yaitu (a) pelindung isi (protection); (b) memberikan kemudahan dalam penggunaan (operation); (c) bermanfaat dalam pemakaian ulang (reusable); (d) memberi daya tarik (promotion) berupa aspek artistik, warna, bentuk, dan desain; (e) sebagai salah satu identitas produk (image); (f) memudahkan proses distribusi (shipping); dan (g) dapat memberikan informasi (labelling) yang menyangkut isi, pemakaian, kualitas, dan sebagai cermin dalam inovasi produk yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang. Untuk meningkatkan penjualan produk perlu ditunjang oleh beberapa faktor pendukung, seperti kemasan produk. Kemasan adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang (Swastha, 2008). Sedangkan pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk (Kotler and Keller, 2009) kemasan/packaging memiliki peran penting dalam penjualan. Kemasan berfungsi sebagai pelindung produk, selain itu kemasan dapat dijadikan sebagai media promosi, karena pada kemasan memiliki informasi mengenai produk yang dijual.

Untuk meningkatkan penjualan maka produsen harus memperbaiki aspek-aspek yang dinilai belum maksimal, seperti memperbaiki kemasan. Dengan adanya pembaharuan kemasan/packaging disertai dengan tampilan desain kemasan yang menarik diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan menambah nilai jual produk keripik nanas. Selain kemasan, pemasaran produk juga harus diadakan perbaikan, seperti memperluas target pemasaran dengan memanfaatkan teknologi. Salah satunya dengan cara memasarkan produk melalui ommerce. Stanton (1998) dan Hertati, et,all (2021) menyatakan bahwa pemasaran produk dinilai sangat penting karena tanpa strategi pemasaran yang baik maka produsen tidak dapat mencapai target penjualan yang sudah ditentukan. Pemasaran merupakan kegiatan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa kepada pembeli (Terttiaavini, & Saputra, 2022: hertati, et,all, 2022) Perkembangan zaman yang semakin maju disertai dengan teknologi yang semakin canggih, pemasaran tidak hanya dilakukan di satu tempat saja, melainkan dengan adanya teknologi pemasaran dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Pemasaran produk keripik nanas hanya bergerak disekitar wilayah Muarah Enim. Pemasaran produk juga masih dilakukan secara sederhana sehingga pemasarannya dinilai kurang efektif. Selain pemasaran, kemasan dan tampilan desain produk juga menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan uraian diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pendampingan kepada mitra mengenai strategi menarik mint beli konsumen melalui pembaharuan kemasan atau packaging, desain produk dan memasarkan produk menggunakan e-commerce guna meningkatkan produktivitas dan



penjualan. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan usaha keripik nanas dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas. (Hertati, et,all, 2022).

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Menurut Wirartha (2006) analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Mitra dalam kegiatan pendampingan kali ini adalah UMKM Keripik Nanas Madu yang berlokasi di Desa Kemang, Kec Lembak. Pemilik usaha ini adalah ibu Martini. Banyaknya hasil tani yaitu nanas dilingkungan usaha, membuat pemilik usaha berinisiatif untuk menciptakan usaha baru. Proses produksi dan penjualan keripik nanas ini dilakukan di rumah pelaku usaha. Proses produksi keripik nanas adalah sebagai berikut:

- a. Kupas bersih buah nanas
- b. Rendam buah nanas menggunakan air garam dan kapur sirih.
- c. Iris buah nanas dengan bentuk dan ukuran sesuai selera
- d. Goreng dengan menggunakan Vacuum Frying supaya pada saat proses penggorengan suhu selalu stabil dan keripik nanas tidak gosong
- e. Tunggu hingga kadar air hilang dan angkat lalu tiriskan
- f. Masukkan keripik nanas ke dalam kemasan/packaging
- g. Lalu pres menggunakan mesin sealer

Adapun alat yang digunakan dalam proses produksi adalah vakum frying, sealer, pisau, alat pembuang empulur (stainless bulat dan berlubang) dan kemasan/packaging. sedangkan bahan yang dibutuhkan adalah buah nanas yang sudah matang, garam, kapur sirih dan minyak goreng. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra dalam meningkatkan penjualan produk keripik nanas Rasa Madu. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan beberapa metode untuk mendukung terwujudnya program PKM-T. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Identifikasi masalah
Mengidentifikasi masalah yang ada pada usaha mitra terkait dengan kemasan/packaging, desain kemasan dan teknik pemasaran yang dilakukan mitra dalam memasarkan produknya .
- b. Tahap koordinasi
melakukan koordinasi dengan mitra untuk membangun kesepahaman mengenai tujuan pelaksanaan program PKM-T. Pada tahap ini tim juga menjalin kerja sama pada mitra untuk dapat berpartisipasi dalam sosialisasi dan pelatihan yang diselenggarakan oleh tim.
- c. Tahap persiapan
Mempersiapkan apa saja yang dibutuhkan dalam melakukan sosialisasi dan pelatihan. Seperti menyiapkan materi dan perlengkapan yang diperlukan.
- d. Tahap pengembangan, pelatihan dan sosialisas. Pada tahap pengembangan wawasan dan pelatihan kewirausahaan terdapat beberapa tahapan yaitu sosialisasi dan pendampingan mitra. Tahap sosialisasi bertujuan untuk menambah wawasan atau pengetahuan mitra mengenai pentingnya peran kemasan atau packaging, mengenalkan desain dan bahan kemasan yang akan diterapkan pada produk keripik



nanas serta untuk memberikan edukasi mengenai pengembangan jaringan pemasaran untuk mencapai pasar yang lebih luas, cara pemasaran yang efektif dengan menggunakan e-commerce. Tahap selanjutnya yaitu pendampingan penjualan menggunakan E-commerce, kami akan membantu mitra menjual produk menggunakan e-commerce dan membuka toko online di salah satu market place yang bertujuan untuk mempermudah dan memperluas pemasaran.

e. Tahap evaluasi

Tahap ini dilakukan setelah program terlaksana, bertujuan untuk mengetahui apakah kemasan atau packaging tersebut mampu memberi positioning produk yang lebih baik dan apakah cara memasarkan produk menggunakan ecommerce dapat meningkatkan penjualan pada mitra.

HASIL

Sebelum pelaksanaan kegiatan ini, tim telah melakukan observasi pada UMKM Keripik Nanas Madu. Setelah melakukan koordinasi dengan mitra, tim menentukan beberapa hal yang dijadikan acuan dalam pelaksanaan program PMK- T.Pertama mengenai kemasan atau packaging, produk keripik nanas ini masih dikemas menggunakan plastik biasa dan transparan dengan tampilan desain kemasan yang masih sederhana sehingga kurang menarik minat beli konsumen. Peran kemasan/ packaging yang disertai dengan desain yang baik dinilai sangat penting karena selain berfungsi sebagai pelindung produk, juga dapat memberikan informasi produk dan menggambarkan kualitas produk. Tim tidak melakukan perubahan pada label atau merk, karena label atau merk Tunas Baru sudah dipakai sejak kurang lebih 10 tahun sehingga kami hanya memperbaiki desain kemasan/packaging. Berikut merupakan perbandingan antara design kemasan yang lama dan kemasan baru dari produsen keripik nenas:



Gambar 1. Kemasan Keripik Kemasan lama



Gambar 2. Kemasan Keripik Kemasan baru

Kemasan/packaging dilakukan agar produk keripik nanas memiliki tampilan yang lebih baik, menarik, higienis dan ketahanan produk lebih terjaga. Hal ini juga sejalan dengan penelitian dari Apriyanti (2018) yang menyatakan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, melainkan juga memberikan citra atau kesan tersendiri dimata konsumen. Kedua mengenai pemasaran, produk keripik nanas ini hanya dipasarkan di daerah Rimbo Panjang, Pekanbaru. Pemasaran produk hanya dilakukan ditoko. Kualitas rasa yang cukup baik, jika didukung dengan kemasan/ packaging yang menarik dan pemasaran yang tepat dapat mengembangkan dan meningkatkan penjualan (Setyawan and Sari, 2016). Pernyataan tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputro *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa kemasan produk memiliki peranan penting dalam penjualan yang dimana kemasan saat ini bukan hanya sebagai pembungkus, tetapi juga bisa dijadikan sebagai salah satu alat promosi efektif yang dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk tersebut. Tim membantu mitra memasarkan produk melalui e-commerce, seperti instagram dan shopee. Tim juga memberikan pelatihan kepada mitra mengenai cara memasarkan produk melalui market place yang dipilih.

Antusiasme mitra dalam mengikuti kegiatan pelatihan guna meningkatkan produktivitas dan penjualan ini sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan pada tim saat melakukan pendampingan dan ketersediaan mitra dalam mengikuti kegiatan ini. Kegiatan pengabdian ini berjalan sesuai rencana. Mitra juga sudah merasakan dampak positif pada penjualan setelah adanya pembaruan kemasan/packaging. Mitra juga telah menyadari pentingnya kemasan atau packaging dan tampilan desain produk yang menarik dalam memasarkan produknya. Pengembangan jaringan pemasaran untuk mencapai pasar yang lebih luas juga sudah dilakukan mitra. Penjualan yang awalnya hanya dilakukan ditoko kini sudah dipasarkan melalui beberapa market place, seperti instagram dan shopee. Berikut ini disajikan gambar perbandingan penjualan secara offline dan online.



Gambar 3. Penjualan di Toko



Gambar 4. Penjualan di Online sofee



Gambar 3 : KKN tematik UIGM desa Kemang

Adanya penambahan saluran penjualan yang dilakukan dapat memberikan nilai tambah pada produk, mempermudah para konsumen untuk mendapatkan produk serta meningkatkan hasil penjualan agar dapat lebih maksimal omset penjualan keripik nanas Madu

DISKUSI

Pengolahan buah nanas segar menjadi keripik nanas memang menjadi solusi yang bagus dalam memperluas segmen pasar hasil dari komoditas pertanian buah. Jika masa panen nanas tiba secara bersamaan maka harga daya jual nanas menjadi lebih murah sehingga sering kali banyak ditemukan nanas yang mudah busuk di pasaran. Oleh karena



itu dengan pengolahan keripik nanas maka nanas menjadi lebih bermanfaat dan menguntungkan. Usaha keripik nanas memang menjadi salah satu usaha menguntungkan dengan laba yang dihasilkan cukup mencengangkan. Usaha yang memanfaatkan buah nanas segar menjadi makanan ringan ini memang sangat bagus untuk prospek perumbuhannya. Usaha keripik nanas untuk tahun ini memang menjadi suatu usaha yang mendatangkan prospektif menarik untuk dijalankan. Produk keripik nanas dan kripik buah lainnya memang sekarang ini sangat senter beredar di berbagai gerai pusat oleh-oleh maupun supermarket dan pasaran. Produk keripik nanas ini mendatangkan potensi yang cukup bagus dalam pemasarannya. Camilan keripik nanas ini menggunakan bahan alami yang mampu memberikan nutrisi belakangan ini semakin banyak diburu oleh masyarakat. Tidak hanya dari segi rasa saja yang diperlukan bagi masyarakat melainkan keamanan untuk kesehatan bagi yang mengkonsumsinya. Hal ini tentu mendatangkan nilai tambah untuk usaha keripik nanas.

Kebutuhan dari setiap orang untuk membeli oleh-oleh kepada sanak kerabatnya bila berkunjung di suatu daerah, misalnya di daerah penghasil buah nanas, maka rasanya akan kurang lengkap apabila belum membeli keripik buah nanas sebagai buah tangan, hal ini sangat menguntungkan bagi pelaku usaha keripik nanas. Pengolahan dari buah nanas menjadi olahan keripik buah memang menjadi suatu solusi yang sangat efektif untuk penanganan pasca panen dari buah nanas apabila jumlah hasil panen yang didapatkan melimpah. Sehingga saat musim panen buah nanas tiba, maka hasil dari panen buah nanas dapat dimanfaatkan secara maksimal bagi para pelaku usaha keripik nanas dan beberapa bidang pelaku usaha pengolahan makanan lainnya, hal ini dapat bermanfaat dalam menstabilkan harga produk dari buah nanas yang ada dipasaran ketika musim panen melimpah tiba. Ide usaha keripik nanas memang sangat menarik di tahun ini, Bahan baku untuk buah nanas yang cukup mudah di dapatkan di wilayah Indonesia, terlebih saat panen raya tioba dapat di pastikan jumlah nanas semakin melimpah dan harganya pun menjadi lebih murah, sehingga kontinuitas dari usaha keripik nanas dalam memenuhi kebutuhan pasar dapat senantiasa menjadi baik. Keripik nanas adalah salah satu jenis makanan ringan yang bernutrisi tanpa memiliki kandungan kimia sehingga memberikan nilai tambah bagi para konsumen dalam usaha keripik nanas. Bisnis dari keripik nanas sangat mudah untuk di jalankan, dengan banyak di temukannya teknologi pengeringan pengolahan makanan lewat metode vakum (*vacum frying*) akan memudahkan bagi para pelaku usaha dalam menjalankan usaha keripik nanas ini. Rasanya tidak sulit untuk mengetahui cara pengolahan keripik nanas ini, di segala bidang informasi mengenai pembelajaran dari proses produksi sangat mudah diperoleh

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang meliputi pembaharuan kemasan atau packaging desain kemasan dan pengembangan penjualan produk melalui *e-commerce* dapat meningkatkan produktivitas dan penjualan. Serta dengan adanya pembaharuan kemasan atau packaging didukung dengan desain yang menarik membuat produk menjadi aman dengan ketahanan produk dan higienis yang lebih terjaga. Perubahan kemasan yang digunakan menjadikan produk lebih berkualitas. Sehingga menarik minat beli konsumen. Selanjutnya dari kegiatan pemasaran melalui *e-commerce* dinilai lebih efektif karena dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas. Dengan adanya program pembaharuan kemasan atau packaging, desain



kemasan dan pemasaran maka mitra dapat meningkatkan kuantitas produksi, kualitas dan penjualan produk keripik nanas. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini para produsen keripik nanas memiliki tambahan pengetahuan mengenai cara menarik minat beli konsumen dan dengan adanya perbaharuan design dan material kemasan produk yang lebih aman dapat menjadi identitas produk dan produsen melalui penjualan e-commerce dapat meningkatkan produktivitas dan penjualan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kami ucapkan kepada Kepala desa dan Toko Masyarakat desa Kemang Kec. Lembak kabupaten Muarah Enim atas bimbingan dan bantuan dana untuk pengabdian, semua pihak yang mendukung kelancaran pengabdian kepada masyarakat ini terutama untuk Kepala desa dan UMKM Keripik nanas Madu selaku pemilik Usaha Keripik yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu kelancaran pengabdian ini, dan kepada Bapak dan Ibu, Dosen serta Mahasiswa yang telah memberikan suport dan bantuannya dalam mensukseskan pengabdian ini. Untuk semua pihak yang sudah membantu, semoga menjadi ladang amal dan bermanfaat bagi semua.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Apriyanti, M. E. (2018) 'Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan', *Sosio E-Kons*, 10(1), P.20. Doi: 10.30998/Sosioekons.V10i1.2223.
- [2] Kotler, P. And Keller, K. L. (2009) *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta.
- [3] Hartati1.L, Asmawati, Hendarmin.R, Syafitri.L.2021. Pelatihan Limbah Nanas Pewarna Alami Kain Jumputan Masyarakat Prabumulih Era Covid-19. *Abdimasy: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 77-91. <https://doi.org/10.46963/ams.v2i2.408>
- [4] Hartati1.L, Asmawati, Hendarmin R, Syafitri.L.(2021). Pelatihan Pemberdayaan Jus Sirsak Sebagai Minuman Kesehatan Olahan Alami Pencegah Kanker. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima)* 1 (1) 37-46. <https://Ojs.Transpublika.Com/Index.Php/Prima/>
- [5] Hertati.L, Puspitawati.P. Gantino.R, Ilyas.M.(2022). The Sales Volume And Operating Costs As Key Influencing Factors In Covid-19 Pandemic Era. *Global Journal of Accounting and Economy Research* 3, (1), 2022, pp. 83-105. doi.org/10.46791/gjaer.2022.v03i01.05
- [6] Hertati1 Asmawati, Ilyas, Syahfitri, Hendarmin.2022. Determinans PSAK 23 Terhadap Penyajian Pelaporan Keuangan Perusahaan Dagang Era Pademic Covid-19 Pada UMKM di Indonesia. *Media Manajemen Jasa*. 10 (1) 70-83
- [7] Hertati.L, 2022. *Akuntansi Sektor Publik*. PT. Global Eksekutif Teknologi. ISBN : 978-623-8004-48-5
- [8] Hertati.L, 2022. *Green Accounting: Akuntansi dan Lingkungan*. Media Sains Indonesia, 6233625904, 9786233625906
- [9] Heryati. A, Afriyani. F And Ulfah. B, (2020). "Pelatihan Packaging Produk Makanan Ringan Dan Otak-Otak Pada Kampung Kb Layang-Layang", *Prosiding Seminar Nasional Avoer Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Avoer 12 Fakultas Teknik Universitas Sriwijaya*
- [10] Heryati and M. I. Herdiansyah, (2020) "The Application of Data Mining by Using K-



- Means Clustering Method in Determining New Students' Admission Promotion Strategy," *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, vol. 9, no. 3, pp. 824–833, 2020.
- [11] Heryati and E. Erduandi,(2018) "Sistem Informasi Pengembangan Karir Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri," *J. Inform. Glob.*, 8, (2), 2018.
- [12] Heryati, A., Yulianti, E., Sartika, D., Saluza, I., & Sanmorino, A., 2019 "The design of smart notification on android gadget for academic announcement," *TELKOMNIKA (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 17, (1), pp. 147-152, 2019
- [13] Heryati, A. (2018). Hubungan Antara Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) K3 dan Pemberian kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Devisi Regional III Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 9(1), 71-76.
- [14] Pratami.S,Hertati.L, Puspitawati.L, Gantino.R, Ilyas.M .(2021). Teknologi Inovasi Pengolahan Limbah Plastik Menjadi Produk Umkm Guna Menopang Ekonomi Keluarga Dalam Mencerdaskan Keterampilan Masyarakat. *Unit Publikasi Ilmiah Perkumpulan Intelektual Madani Indonesia 1*, (1), pp. 1-11
- [15] Ilyas.M.&Hertati.L(2022) Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Modal Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*. 11(2) 190-205. DOI 10.34010/jika.v11i2.6744
- [16] Saputro, A. Et Al. (2019) 'Pengemasan Produk Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Industri Kerupuk'. Malang: *Jurnal Graha Pengabdian*.
- [17] Setyawan, F. And Sari, P. N. (2016) 'Labelling Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Agroindustri Emping Jagung Di Desa Tirtomulyo, Kretek, Bantul'. Yogyakarta: *Indonesian Journal Of Community Engagement*.
- [18] Stanton, W. J. (1998) 'Prinsip Pemasaran', Jakarta: Erlangga.
- [19] Swastha, B. (2008) *Manajemen Pemasaran Modern.*, Liberty, Yogyakarta. Doi: 10.1017/Cbo9781107415324.004.
- [20] Saputra.Y, Hertati.L, Puspitawati.L, Gantino.R, Ilyas.M.(2021). Pengembangan Kuliner Kue Lumpang Khas Daerah Lahat Guna Melestarikan Kuliner Asli Daerah. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 46-52. <https://doi.org/10.46963/ams.v2i1.335>.
- [21] Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2022). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Etika Berdigital Bagi Pelajar Di Kota Palembang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 2155-2165.
- [22] Terttiaavini, T., Sofian, S., & Saputra, T. S. (2021). Pendampingan Penyusunan Program Rencana Kerja Badan Usaha Milik Desa Dalam Rangka Optimalisasi Potensi Desa Serijabo Ogan Ilir Sumatera Selatan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3536-3546
- [23] Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk Umkm Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (KB) Layang-Layang Palembang. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 697-703.
- [24] Terttiaavini, M. L., Yulius, Y., & Saputra, TS (2020). Evaluating the Kemplang Tunu Production Training for Low Income and Education Communities Using the Kirkpatrick Model. *Atlantis Press*, 151, 238-242.



- [25] Terttiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan “Kemplang Tunu” Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(1).
- [26] Terttiaavini, T., Fitriani, A., & Saputra, T. S. (2018). Peningkatan Kompetensi Guru Dalam Pembuatan Bahan Ajar Menggunakan Media Pembelajaran Smart Learning Di Kabupaten Sembawa Sumatera Selatan. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 1(1).
- [27] Tjiptono, F. (2011) Strategi Pemasaran (Ketiga), *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*. Wirartha, I. M. (2006) Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Tesis, Andi.

2382

JPM

Jurnal Pengabdian Mandiri

Vol.1, No.12, Desember 2022



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN