

PEMBERDAYAAN KELOMPOK PETERNAK SAPI PERAH MARGO MULYO MELALUI PELATIHAN PENINGKATAN NILAI PRODUK OLAHAN SUSU

Lina Rifda Naufalin¹, Aldila Dinanti², Arif Kelik Nugroho³

Email: ¹linarifda@gmail.com, ²aldiladinanti88@yahoo.com,

³ariefkeliknugroho@gmail.com

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

³Fakultas Teknik Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu kelompok peternak Sapi "Margo Mulyo" dalam meningkatkan nilai produknya sehingga pendapatan dan kemakmuran kelompok lebih meningkat. Secara Spesifik, tujuan utama dari pelatihan ini, yaitu (1) Meningkatkan nilai produk yang telah dihasilkan, (2) Menambah daya tarik produk, (3) Meningkatkan tingkat penjualan produk, (4) Meningkatkan kemampuan administrasi dan pencatatan keuangan kelompok. Tahapan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi tahap perencanaan dan tahap pelaksanaan. Tahapan perencanaan yaitu pertemuan dengan mitra, identifikasi masalah, koordinasi dengan tenaga ahli/narasumber dan pengaturan jadwal untuk pelaksanaan pelatihan. Tahap pelaksanaan kegiatan terdiri dari pelatihan *Branding dan Packaging*, pelatihan foto produk menggunakan aplikasi *Snapseed*, pelatihan *e-commerce*, pendampingan pemasaran melalui *e-commerce*, serta pelatihan administrasi dan pencatatan keuangan. Target luaran berupa mitra memiliki foto produk yang menarik untuk dipasarkan, kemasan produk lebih menarik, memiliki *brand* yang menarik minat beli, mitra dapat memasarkan produk secara *online*, serta mitra memiliki buku administrasi dan buku kas sesuai dengan kebutuhan. Mitra merasa bahwa pelatihan ini sangat efektif karena mudah diaplikasikan dan sesuai dengan teknologi yang mereka butuhkan.

Kata kunci: produk olahan susu; merek; pengemasan; e-commerce.

ABSTRACT

The purpose of this community service activity is to help the cattle rancher group "Margo Mulyo" in increasing the value of its products so that the group's income and prosperity increase. Specifically, the main objectives of this training, namely (1) Increasing the value of products that have been produced, (2) Increasing the attractiveness of the product, (3) Increasing the level of product sales, (4) Improving the ability of group administration and financial records. The stages in this service activity include the planning phase and the implementation phase. The stages of planning are meeting with partners, identifying problems, coordinating with experts/resource persons and arranging schedules for the implementation of training. The implementation phase consists of Branding and Packaging training, product photo training using the Snapseed application, *e-commerce* training, marketing assistance through *e-commerce*, and financial administration and records training. Output targets are partners having attractive product photos to market, more attractive product packaging, having brands that are of interest in buying, partners can market products online, and partners having administrative books and cash books as needed. Partners feel that this training is very effective because it is easy to apply and under the technology they need.

Keywords: dairy products; branding; packaging; e-commerce.

PENDAHULUAN

Desa Kemutug Lor kecamatan

Baturaden merupakan salah satu sentra peternakan sapi perah di Kabupaten Banyumas. Pada Desa Kemutug Lor

telah terbentuk kelompok peternak sapi perah yang bernama Kelompok Peternak Sapi perah “Margo Mulyo”. Kelompok Peternak Sapi Perah “Margo Mulyo” berdiri sejak tahun 1990. Kelompok ini beralamat di Desa Kemutug Lor RT 05 RW 02, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. Kelompok Margo Mulyo beranggotakan 20 peternak sapi perah yang terdiri dari pasangan suami istri. Jumlah sapi yang dimiliki setiap peternak rata-rata 7-8 ekor sapi. Pembagian peran dalam kelompok yaitu anggota laki-laki dalam kelompok berperan sebagai peternak sapi sedangkan anggota perempuan di dalam kelompok berperan sebagai penghasil produk olahan susu dan agen pemasaran produk hasil olahan susu.

Setiap anggota Kelompok Margo Mulyo dalam sehari minimal mampu menghasilkan susu segar 5 liter. Produk susu segar dijual ke koperasi “PESAT” Banyumas. Harga susu segar yang relatif murah melatarbelakangi para anggota Kelompok Peternak Sapi perah “Margo Mulyo” untuk menghasilkan produk olahan susu seperti yogurt, susu pasteurisasi, dodol, krupuk susu, stik susu, dan karamel. Diversifikasi produk bertujuan untuk menghasilkan produk-produk dengan nilai jual yang lebih tinggi (Arico & Jayanthi, 2018).

Namun Kelompok Margo Mulyo masih menemui beberapa permasalahan terkait dengan produksi dan manajemen usahanya. Adapun permasalahan yang dihadapi Kelompok “Margo Mulyo” diantaranya produksi yang dilakukan di kelompok Margo Mulyo masih bersifat produksi rumah tangga. Umumnya industri skala rumah tangga memiliki kelemahan seperti teknologi yang sederhana, tenaga serta modal terbatas (Andriani, 2016).

Alat-alat yang digunakan oleh kelompok menghasilkan berbagai olahan

susu masih menggunakan alat-alat dapur pribadi dari masing-masing anggota. Alat yang digunakan untuk memproduksi olahan susu diantaranya panci stainless, pisau, gunting, penggiling dan penggorengan. Kelompok belum memiliki oven yang dapat membantu proses pengeringan krupuk susu. Oven juga dapat digunakan untuk memanggang pie susu. Peralatan produksi yang masih manual (Safitri *et al.*, 2017) dan teknologi yang terbatas (Irawan, 2014) menjadi kendala pengembangan industri rumah tangga.

Pemasaran produk hasil olahan kelompok saat ini masih bersifat lokal hanya di daerah purwokerto (menitipkan di toko/sekolah/kantor). Pemasaran secara *on line* belum dilakukan secara maksimal. Pemanfaatan media sosial seperti instagram, facebook dan aplikasi jual beli *on line* belum dilakukan. Adanya promosi mempengaruhi terhadap keputusan pembeli (Sari *et al.*, 2014).

Selain pemasaran produk yang masih terbatas, kemasan produk juga masih sederhana dan kurang menarik. Kemasan yang digunakan untuk produk menggunakan plastik es biasa (yogurt), aluminium foil yang polos (karamel), plastik kemasan polos (stik susu dan krupuk susu) sehingga tidak tahan lama. Salah satu transfer teknologi yang bisa diterapkan adalah pelabelan dan pengemasan (Yusuf *et al.*, 2018). Diharapkan kelompok margo mulyo dapat menguasai konsep kerja 5 S yaitu seiri atau pemilihan, seiton atau penataan, seiso atau pembersihan, seiketsu atau pemantapan, shitsuke atau pembiasaan (Osada, 2000).

Kelompok Margo Mulyo belum melakukan pencatatan keuangan sesuai standar. Laporan keuangan yang dibuat hanya berisi catatan pendapatan dan pengeluaran. Penentuan harga pokok penjualan belum dilakukan secara benar

karena anggota kelompok belum bisa menghitung BEP dari produk yang dihasilkan. Harga jual ditentukan dengan cara sederhana dan penghitungan gaji anggota yang ikut membuat produk ditentukan berdasarkan jumlah produksi. Hal tersebut menyebabkan tidak sesuai harga jual dan gaji karyawan yang dikeluarkan. Selain itu, Buku administrasi kelompok yang dimiliki hanya buku anggota. Buku administrasi yang lain seperti absensi kedatangan anggota jika ada rapat, buku notulen rapat, buku kas belum dimiliki. Buku administrasi sangat penting perannya dalam kelompok yaitu untuk merekam berbagai kegiatan kelompok yang telah dilakukan sehingga perkembangan kelompok dapat diketahui dari waktu ke waktu.

Untuk meningkatkan nilai produk olahan susu Kelompok Margo Mulyo maka penting dilakukan pendampingan. Pendampingan kelompok bertujuan untuk meningkatkan kualitas hasil olahan susu dengan menggunakan kemasan yang tepat, serta perbaikan administrasi keuangan dan juga peningkatan pemasaran melalui promosi brand secara online. Diharapkan dengan penerapan *e-commerce* maka produk hasil olahan susu Kelompok Margo Mulyo dapat dipasarkan di seluruh nusantara dan mancanegara.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Kemutug Lor Kecamatan Baturraden, Banyumas. Mitra kegiatan adalah warga yang bergabung dalam kelompok Margo Mulyo yang memproduksi olahan susu. Kegiatan dilakukan di rumah sekretaris kelompok yaitu ibu Tati Sumiati.

Partisipasi Kegiatan

Pada kegiatan ini tim pengabdian bertindak sebagai tim penyuluh dan pelatih yang memberikan materi pelatihan *Branding dan Packacging*, promosi serta pelatihan administrasi dan pencatatan keuangan. Mitra bertindak sebagai peserta kegiatan penyuluhan dan pelatihan serta menyediakan tempat pelatihan.

Tahapan Pelaksanaan

Permasalahan mitra mengenai pemasaran produk, administrasi dan pencatatan keuangan dapat diatasi dengan cara pelatihan dan penyuluhan. Materi pelatihan terdiri dari *Branding dan Packacging* dengan penggunaan foto produk menggunakan aplikasi *Snapseed*, pelatihan *e-commerce*, pendampingan pemasaran melalui *e-commerce*, serta pembukuan keuangan.

Pelatihan dan penyuluhan dalam meningkatkan strategi pemasaran melalui *Branding dan Packacging* berupa penulisan merek, pewarnaan dan desain brand yang digunakan. Pelatihan foto produk dengan menggunakan aplikasi *Snapseed*. Pelatihan *E-Commerce* dengan memberikan wawasan kepada mitra tentang berbagai fasilitas dengan memanfaatkan internet sebagai media pemasaran secara online. Berdasarkan hasil pelatihan foto produk, hasil foto tersebut dapat digunakan sebagai bahan untuk pemasaran secara online. Pelatihan administrasi dan pencatatan keuangan kelompok diantaranya penyusunan buku daftar anggota, notulen rapat, dan buku inventaris untuk mencatat barang-barang yang dimiliki kelompok.

Selain pelatihan administrasi kelompok, tim PKM juga memberikan pelatihan pencatatan keuangan yang baik dan sederhana sesuai dengan kebutuhan kelompok. Hal ini dilakukan

dengan tujuan mitra memiliki catatan keuangan yang baik sehingga segala pemasukan dan pengeluaran dapat terekam dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pelatihan *Branding* dan *Packaging*

Pelatihan *branding* dan *packaging* dilaksanakan di rumah sekretaris kelompok (Ibu Tati Sumiati) desa kemutug Lor Kecamatan Baaturraden Kabupaten Banyumas. Kegiatan pelatihan ini dihadiri anggota kelompok ibu-ibu (isteri) dari peternak sapi. Istri dari peternak sapi di kelompok Margo Mulyo berperan sebagai pengolah hasil ternak, yaitu susu menjadi beberapa produk seperti yogurt, stik susu, dan permen caramel. Anggota yang datang berjumlah 15 orang. Mitra sangat antusias dalam mengikuti pelatihan ini dimana banyak anggota yang bertanya kepada tim pengabdian.

Pelatihan ini dilakukan oleh tim pengabdian yaitu Sdr. Lina Rifda Naufalin, S.Pd., M.Pd. Pelatihan dilakukan dengan memaparkan terlebih dahulu materi mengenai *branding* dan *packaging*, fungsi dan arti pentingnya. Setelah itu pelatihan dilanjutkan dengan diskusi mengenai warna dan gambar apa yang akan digunakan untuk brand yang sudah ada sebelumnya. Selama ini produk hasil olahan susu seperti yogurt dan stik susu menggunakan plastik biasa yang masih polos tanpa mencantumkan merek pada kemasan. Mitra diberi penyuluhan mengenai pentingnya kemasan yang menarik dan fungsi kemasan sebagai penyimpan produk supaya lebih awet.

Mitra diberi pelatihan merangkai kata-kata yang menarik yang bisa ditambahkan dalam kemasan serta pentingnya informasi nilai gizi serta

tanggal kadaluarsa yang dicantumkan dalam kemasan. Selanjutnya tim pengabdian memfasilitasi desain kemasan yang menarik untuk produk yogurt dan stik susu. Kelompok Margo Mulyo sampai saat ini menggunakan merk "DenMilk" sebagai merek untuk produk olahan susu yang dihasilkan. Namun, penulisan merek tersebut dan warna yang digunakan masih sederhana sehingga kurang menarik jika ditempelkan pada produk.

Pada pelatihan *branding* yang dilakukan, tim PKM memberikan masukan supaya warna pada merek lebih disesuaikan dengan jenis produk dan menggunakan warna yang menarik perhatian konsumen. selain warna, perlu ditambahkan kata-kata yang menyertai gambar sehingga lebih menarik perhatian calon konsumen. Warna pada brand memberi sugesti dalam promosi (Sianturi & Triani, 2018). Kegiatan ini menghasilkan keputusan untuk warna brand yang digunakan adalah warna biru, merah, dan putih, sedangkan gambar akan ditambahkan gambar sapi perah sehingga sesuai dengan sumber susu.

Terkait penggunaan kemasan, tim PKM memberikan contoh beberapa jenis botol yang menarik untuk menggantikan plastik yogurt yang dapat dipakai. Pentingnya kemasan yang baik adalah menaikkan nilai jual dari produk. Sedangkan kemasan untuk stik susu, tim pengabdian menyarankan kelompok menggunakan kemasan yang dapat menyerap minyak dan memiliki penutup yang mudah ditutup dan dibuka sehingga konsumen lebih tertarik jika membeli produk tersebut. Desain kemasan yang praktis dan efisien menjadi daya tarik dalam dunia pemasaran (Cenadi, 2004). Kemasan perlu menjamin dan melindungi produk serta mudah dibuka

dan ditutup untuk disimpan (Susetyarsi, 2012).

Tim pengabdian juga memberikan saran untuk menambahkan nilai gizi dan tanggal kadaluarsa dalam kemasan. Umumnya konsumen cenderung menganggap penting dan percaya pada produk yang mencantumkan nilai gizi (Asgra, 2016; Huda & Andrias, 2018). Tersedianya informasi nilai gizi pada paket (kemasan) menjadi nilai tambah suatu produk (Reicks *et al.*, 2008).

Pelatihan Foto Produk

Pelatihan foto produk dilaksanakan setelah pelatihan *branding* dan *packaging*. Pelatihan ini dipandu oleh Sdr. Arif Kelik Nugroho, S.Kom, M.Cs. Pada pelatihan ini mitra dikenalkan dengan aplikasi *Snapseed* (Gambar 1) yang merupakan aplikasi untuk mengedit foto sehingga lebih menarik. Aplikasi *Snapseed* merupakan salah satu aplikasi yang dapat diunduh melalui playstore yang berfungsi untuk membuat foto yang diambil lebih menarik dengan berbagai fitur untuk mempercantik foto mulai dari pengaturan warna, cahaya, edit tulisan, dan fitur

penunjang yang lain. Pemilihan aplikasi ini dengan pertimbangan bahwa semua anggota kelompok sudah menggunakan Handphone android dan aplikasi ini memiliki fitur yang mudah diaplikasikan.

Peserta diminta untuk mengunduh aplikasi terlebih dahulu, setelah itu peserta dikenalkan dengan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi. Peserta pelatihan diminta untuk menata produk (yogurt) semenarik mungkin menggunakan media dan bahan-bahan yang ada di halaman rumah (seperti bunga) untuk mempercantik tampilan produk. Produk yang sudah ditata difoto dan diedit menggunakan *Snapseed*. *Snapseed* merupakan aplikasi editing yang sering digunakan di media sosial (Pramadi & Dewi, 2017).

Peserta pelatihan sangat antusias dan berusaha untuk menghasilkan foto yogurt semenarik mungkin. Tim PKM yang lain ikut membantu memandu peserta yang mengalami kesulitan. Tim membuat *challenge* bagi para peserta untuk menampilkan foto terbaiknya dan memberikan *reward* foto terbaik akan dibantu pemasarannya oleh tim pengabdian. Hal itu menjadi stimulus tersendiri karena hasil dari foto peserta



Gambar 1. Praktik pengambilan gambar produk menggunakan *Snapseed*.



Gambar 2. Hasil foto dan desain brand produk.

pelatihan bervariasi dan sangat kreatif. Beberapa hasil foto dan desain yang menjadi pilihan dapat dilihat pada Gambar 2.

Pelatihan E-Commerce

Pelatihan *e-commerce* merupakan tindak lanjut dari pelatihan foto produk. Foto yang telah diedit menggunakan *Snapseed* di unggah di beberapa media sosial yang sering digunakan peserta. Peserta diberi wawasan bahwa menggunakan media sosial untuk masa sekarang merupakan sarana pemasaran yang efektif, contohnya melalui status WhatsApp, Instagram dan Facebook. Kegiatan marketing melalui media sosial (jejaring sosial) sangat berperan dalam bisnis online (Setiawati & Mashuri, 2014).

Pemasaran secara online akan memudahkan mitra dalam menawarkan produk yang dihasilkan. Media sosial dapat dimanfaatkan mitra sebagai media pemasaran secara online, seperti status WhatsApp, instagram, facebook, line, dsb. Dalam pelatihan ini tim pengabdian

juga membantu mitra dalam membuat akun media sosial yaitu instagram untuk pemasaran produk dari kelompok. Tim PKM juga membantu mengaktifkan kembali instagram kelompok yang pernah dibuat tetapi sudah lama tidak diisi dengan foto produk.

Mitra diberikan pengetahuan bagaimana melengkapi foto produk yang dibuat tersebut dengan menambahkan kalimat-kalimat yang menarik calon konsumen. Kalimat tersebut haruslah singkat, menarik, dan meyakinkan. Kalimat promosi harus membuat konsumen nyaman, senang, tentram dan menghibur (Habibi, 2011). Setelah peserta melengkapi foto dengan kalimat yang menarik, peserta diminta untuk langsung praktik pemasaran online dengan mengupload foto ke media sosial. Foto yang diunggah seperti pada Gambar 3.

Pelatihan Penyusunan Administrasi dan Pencatatan Keuangan Kelompok

Setelah diberikan materi pelatihan peningkatan nilai produk dan



Gambar 3. Brand promosi yang digunakan dengan merek "DENMILK".

pemasarannya, tim pengabdian memberikan pelatihan penyusunan administrasi yang dianggap penting dalam menunjang aktivitas kelompok. Pelatihan ini dipandu oleh Sdr. Aldila Dinanti, S.E, M.Si, Ak, CA. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pengurus dan anggota tentang cara mengelola administrasi kelompok, dapat menyiapkan administrasi yang dibutuhkan seperti buku daftar anggota, notulen, dan buku besar administrasi.

Suatu organisasi tentunya tidak terlepas dari administrasi dan pencatatan keuangan. Kelompok Margo Mulyo sebagai kelompok yang telah lama berdiri belum memiliki sistem administrasi dan pencatatan keuangan yang baik. Mitra diberikan pelatihan administrasi dengan tujuan semua kegiatan yang dilakukan kelompok dapat terekam dengan baik. Tim penyuluhan memberikan pelatihan administrasi diantaranya penyusunan buku daftar anggota, notulen rapat, dan buku inventaris untuk mencatat barang-barang yang dimiliki kelompok. Sumber daya manusia sebagai pengguna harus memiliki keahlian dalam bidang akuntansi (Evicahyani & Setiawina, 2016).

Selain pelatihan administrasi, anggota kelompok diberikan pelatihan pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai cara menangani keuangan kelompok, pencatatan keuangan yang terstandar dan cara pembagian laba yang tepat bagi setiap anggota kelompok.

Kendala yang dihadapi

Pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan oleh tim Pengabdian menemui beberapa kendala saat dilaksanakan. Kendala pertama adalah sulitnya menentukan waktu penyuluhan karena peserta penyuluhan adalah ibu-ibu rumah tangga yang waktu luangnya tidak bisa ditentukan. Kedua adalah anggaran yang telah disusun tim pengabdian terkadang tidak sesuai dengan kondisi di lapangan yang lebih besar sehingga membutuhkan skala prioritas dalam memberikan bantuan. Masalah keterbatasan anggaran mewajibkan adanya penentuan skala prioritas sebagai syarat penyusunan kegiatan (Kurniasih, 2010).

KESIMPULAN

Mitra sebagai peserta pelatihan

sangat antusias terhadap materi yang diberikan, mitra berusaha untuk mengaplikasikan dan menghasilkan foto semenarik mungkin seperti apa yang diarahkan. Mitra telah memiliki pengetahuan dan memahami pentingnya brand dan kemasan yang menarik bagi produk yang dipasarkan. Mitra merasa bahwa pelatihan ini sangat efektif karena mudah diaplikasikan dan sesuai dengan teknologi yang mereka butuhkan.

Mitra memiliki kemampuan untuk melakukan pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Mitra telah menguasai dan mampu mengaplikasikan aplikasi *Snapseed* dan dapat menggunakan media pemasaran secara online, seperti status WhatsApp, instagram, facebook, dan line untuk pemasaran online. Mitra telah memiliki kemampuan pencatatan administrasi yang baik dan pencatatan keuangan yang terstandar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kemristekdikti melalui hibah pengabdian skim PKM (Program Kemitraan Masyarakat), Universitas Jenderal Soedirman, dan Kelompok "Margo Mulyo" Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas atas kesediaannya untuk memberikan kesempatan melakukan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi di bidang pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Andriani, D. R. (2016). Analisis kelayakan usaha dan strategi pengembangan Agroindustri emping melinjo skala rumah tangga di Desa Wates Kecamatan Wates Kabupaten Blitar. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 15(1), 53-62.

Arico, Z., & Jayanthi, S. (2018). Pengolahan Limbah Plastik Menjadi Produk Kreatif sebagai Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pesisir. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-6.

Cenadi, C. S. (2004). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2(2).

Evicahyani, S. I., & Setiawina, N. D. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas laporan keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.

Habibi, D. (2011). *Analisis Semantik Bahasa Promosi Dalam Katalog Shopie Martin Dan IFA Colection Edisi Juli-Oktober 2010* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Huda, Q. A. Y., & Andrias, D. R. (2018). Sikap dan Perilaku Membaca Informasi Gizi pada Label Pangan Serta Pemilihan Pangan Kemasan. *Media Gizi Indonesia*, 11(2), 175-181.

Irawan, D. (2014). Strategi Pengembangan Usaha Kacang Goyang Pada Industri Rumah Tangga Prima Jaya Di Kota Palu. *Agrotekbis*, 2(6).

Kurniasih, D. (2010). Model Skala Prioritas Pembangunan Kota Bandung Berbasis Good Governance. *Hubs-Asia*, 10(1).

Osada, Takashi. (2000). Sikap Kerja 5S Cetakan Ketiga. Jakarta : Penerbit PPM.

Pramadi, Y., & Dewi, R. (2017). Fenomena Mengunggah Foto Makanan Di Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi mengenai Fenomena Mengunggah Foto Makanan pada Akun Instagram@ sigerfoodies Lampung). *PROSIDING KOMUNIKASI*, 1(2).

- Reicks, A. L., Brooks, J. C., Kelly, J. M., Kuecker, W. G., Boillot, K., Irion, R., & Miller, M. F. (2008). National Meat Case Study 2004: Product labeling information, branding, and packaging trends. *Journal of animal science*, 86(12), 3593-3599.
- Safitri, N. M. R., Wiranatha, A. S., & Yoga, I. W. G. S. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Produksi Roti Pada Skala Rumah Tangga (Studi Kasus Rosana Bakery Desa Buruan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 5(3), 57-65.
- Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2).
- Setiawati, I., & Mashuri, A. A. (2014). Peran media soial sebagai upaya pemasaran bisnis online (studi deskriptif kualitatif). *Jurnal Himsyatech [Internet]. [Diunduh pada 2017 November 22 pukul 13.57 WIB]*, 10(2).
- Sianturi, S. N., & Triani, A. R. (2018). Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Spoonful Of Sugar. *eProceedings of Art & Design*, 5(3).
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 1-28.
- Yusuf, M., Rosalin, R., & Usdyana, N. F. (2018). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Melalui Diversifikasi Pangan Di Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 1(2), 98-108.