



---

## Pendampingan Pemasaran Produk Unggulan Daerah Wajik Tapai Melayu Riau Untuk Menembus Pasar Ekspor

Sri Maryanti<sup>1</sup>, Nining Sudiar<sup>2</sup>, Afred Suci<sup>3</sup>, Hardi<sup>4</sup>

---

**Keywords :**

Mentoring;  
Regional Featured Product  
Marketing;  
Export Market;  
Wajik Tapai Melayu.

**Correspondensi Author**

Ekonomi, Universitas Lancang  
Kuning  
Jln.Mangga Gang Deli No 36/03  
Pekanbaru  
Email: [ssrimaryanti@yahoo.com](mailto:ssrimaryanti@yahoo.com)

**History Article**

*Received:* 05-01-2021;

*Reviewed:* 10-22-2021;

*Revised:* 14-03-2021;

*Accepted:* 20-05-2021;

*Published:* 23-05-2021.

**Abstrak.** Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar produk yang dihasilkan mitra Puspa Melayu mampu menembus pasar ekspor mengingat penjualan produk wajik tapai Melayu ini hingga di luar dari kota Pekanbaru. Selama ini banyak produk makanan dari negara luar yang masuk ke Indonesia mencapai 4-5%. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pengujian dan evaluasi produk wajik tapai Melayu, pendampingan dan evaluasi kemasan produk wajik tapai Melayu serta workshop pemasaran menggunakan media social. Hasilnya produk wajik tapai Melayu dapat di ekspor karena bisa bertahan dalam jangka waktu 1 (satu) tahun, kemasan produk wajik tapai Melayu telah memenuhi standar ekspor yaitu tidak mudah penyok dan mitra telah mampu menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya seperti facebook, Instagram, JualBuy dan Shopee. Dampak dari kegiatan ini adalah laba bersih wajik tapai Melayu meningkat dari tahun sebelum diadakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini peningkatan mencapai Rp. 516.096.000 - perbulan.

**Abstract.** The purpose of this community service activity is so that the products produced by Puspa Melayu partners are able to penetrate the export market, considering the sale of this wajik tapai Melayu product to be outside of Pekanbaru city. So far, many food products from outside countries that enter Indonesia reach 4-5%. The methods used in this activity are testing and evaluating wajik tapai Melayu, mentoring, and evaluation of wajik tapai Melayu product packaging as well as marketing workshops using social media. As a result, wajik tapai melayu can be exported because it can last a period of 1 (one) year, the packaging of wajik tapai Melayu products has met export standards that are not easily dented, and partners have been able to use social media for marketing its products such as Facebook, Instagram, JualBuy, and Shopee. The impact of this activity is that the net profit of malay tapai diamonds increased from the year before the community service activity increased to Rp. 516,096,000 - monthly.

---

## **PENDAHULUAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan karena salah satu mitra dalam kegiatan ini yaitu Puspa “Melayu” yang memproduksi Wajik Tapai Melayu dicanangkan oleh Pemerintah Daerah Provinsi Riau sebagai produk unggulan daerah. Hal ini didasarkan pada kriteria yaitu (Sudiar, 2019): memiliki keunikan /ciri spesifik karena memiliki daya saing yang tinggi di pasaran, disamping itu produk ini juga memanfaatkan potensi sumber daya lokal salah satunya adalah ubi kayu yang diolah menjadi tapai sehingga memiliki nilai tambah bagi masyarakat setempat yang mampu mendatangkan manfaat serta pendapatan bagi masyarakat setempat serta selama ini usaha ini selalu mendapatkan bantuan modal dan kredit dari berbagai pihak.

Salah satu industri mikro kecil yang ada di Propinsi Riau adalah usaha Wajik Tapai Melayu dengan brand Puspa Melayu didirikan tahun 2008 oleh Dra Puspa Zaitun dengan nama Puspa “Melayu” di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dapat dijadikan produk unggulan daerah Provinsi Riau mengingat bahan baku ubi kayu tidak sulit untuk diperoleh bahkan makanan wajik hampir dikenal diberbagai wilayah yang ada di Indonesia namun perbedaan wajik dari Riau dengan dari daerah lain adalah bahan bakunya yang berasal dari ubi kayu. Banyaknya produk makanan impor yang beredar di pasaran mencapai 4-5% termasuk Riau. Negara pengimpor produk makanan yang terbesar untuk Riau berasal dari Malaysia, China, Thailand dan Singapura. Sejak ditetapkannya Wajik Tapai Melayu menjadi produk unggulan daerah di Provinsi Riau maka produk ini mulai banyak beredar dipasaran yang ada di Riau maupun di luar dari Provinsi Riau. Namun yang menjadi kendala bagi pengembangan produk Wajik Tapai Melayu ini adalah sulitnya untuk menembus pasar ekspor seperti produk-produk dari negara lain yang menjamur di pasar Indonesia, padahal produk Riau sendiri tidaklah kalah bermutunya dan memiliki ciri khas jika dibandingkan dengan negara lain (Riau, 2017).

Pemasaran untuk produk Wajik Tapai Melayu cukup luas meliputi wilayah Pekanbaru dan luar daerah Pekanbaru yang juga menjadi tempat kunjungan wisatawan seperti Dumai (Danau Buatan Bunga Tujuh, Hutan Wisata, Hutan Bandar Bakau, dan lain-lain. Selain itu, potensi wisata Dumai juga masuk dalam kalender event pariwisata Provinsi Riau. Yakni,

lomba memancing laut, pameran expo festival gasing sebagai salah satu permainan tradisional) dengan jumlah kunjungan wisatawan 17.000 tahun 2016), Duri (ikon wisata Batak, Siak (Tour De Siak ada 116.500 wisatawan), Bangkinang (Air Terjun Sungai Kopu Koto kampar Hulu 9.000 wisatawan) dan Kerinci (50.172 wisatawan ke pantai BONO) karena konsumen yang menyerap produk dalam jumlah besar hampir 60%. Bahkan dibawa sampai ke luar dari Provinsi Riau hingga ke Malaysia sebagai buah tangan saat berkunjung ke Riau, namun diekspor seperti produk-produk Malaysia yang ada di Riau. Hal ini sangat memungkinkan Wajik Tapai Melayu dijadikan Produk Unggulan Daerah mengingat sudah sangat luasnya wilayah pemasaran dari produk Wajik Tapai Melayu dan dapat mempromosikan Riau melalui makanan khasnya karena Riau dikenal dengan penduduk Melayunya, sehingga makanan di Riau tidak lagi dibanjiri oleh produk yang berasal dari Malaysia seperti yang terlihat di Pasar tradisional yang ada di Kota Pekanbaru .

Usaha yang dirintis oleh Puspa Melayu ini termasuk industri kreatif, dimana industri kreatif memiliki peluang besar untuk dikembangkan dalam bentuk ekspor tentunya berupa pendampingan dan pelatihan serta fasilitas untuk meningkatkan daya saing UKM secara signifikan (Sri Suranta\* et al., 2019). Perlunya pendampingan bagi usaha Wajik Tapai Melayu adalah agar produk yang selama ini dihasilkan mampu menembus pasar ekspor, mengingat selama ini produk Wajik Tapai Melayu cukup diminati oleh masyarakat namun tidak mengetahui seluk beluk sebuah produk untuk dapat dijadikan produk ekspor. Bahkan selama ini untuk pemasarannya hanya ditempatkan di pusat perbelanjaan seperti supermarket dan pusat penjualan oleh-oleh di wilayah Riau, jika pun ada kegiatan disuatu daerah yang maka Wajik Tapai Melayu hanya dijadikan oleh-oleh bagi pengunjung kegiatan tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Maryanti et al., 2020) bahwa hasil yang tidak diinginkan oleh setiap UMKM termasuk Mitra PPPUD Wajik Tapai Melayu dari usaha yang mereka jalani adalah stagnasi pendapatan yang salah satunya berasal dari ketahanan produk dan pemasaran produk. Oeh karena itu melalui kegiatan ini maka Tim PPPUD menawarkan bentuk pendampingan kepada mitra PPPUD terkait permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu produk yang tidak tahan lama dan

pemasaran produk wajik tapai melayu yang belum memanfaatkan teknologi termasuk kemasan produk wajik tapai melayu yang belum ramah lingkungan.

Pemasalahan yang dihadapi oleh mitra PPPUD Wajik Tapai Melayu selama ini adalah produk yang dihasilkan tidak tahan lama sehingga produk wajik tapai melayu selalu du retur dalam 1 bulan sekali sehingga akan mempersar biaya produksi, ditambah lagi produk wajik tapai melayu ini juga didistribusikan di luar dari Kota Pekanbaru. Disaming itu pemasaran yang dilakukan selama ini masih konvensional dengan mendatangi pemilik toko untuk memberikan contoh produk artinya penggunaan teknologi belum di manfaatkan semaksimal mungkin. Kemasan produk waik tapai melayu yang belum rama lingkungan karena untu masuk pasar ekspor maka kemasan produk harus yang ramah lingkungan.

Jadi Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar mitra mampu menembus pasar ekspor untuk memasarkan produknya. Karena pemasaran dinilai sangat penting agar produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh masyarakat dan berdampak terhadap pendapatan yang diperoleh (Kurniawati et al., 2019) . Disamping itu mitra juga mampu memahami kriteria sebuah produk untuk dapat dijadikan produk ekspor sehingga mitra dapat memperbaiki kualitas produk wajik tapai melayu sesuai dengan kriteria ekspor.

Untuk dapa mengatasi masalah yang serng dihadapi oleh UMKM/UKM terkait produk yang dihasilkan selama ini menurut (Faradila, 2017) harus ada sinergitas antara pemerintah dengan pelaku UMKM/UKM/bisnis untuk membangun *Determine Tranding House* agar produk yang dihasilkan oeh UKM/UMKM mencakup produk ekspor, impor dan ketersediaan bahan baku lokal. Dengan majunya eksport berdampak pada membaiknya ekonomi satau daerah atau negara.

Pendampingan merupakan upaya yang dilakukan untuk memberdayakan UKM dalam memajukan usaha mereka (Landong et al., 2021). Pendampingan memang sangat diperlukan oleh UKM untuk memajukan usaha mereka terutama menggunakan media sosial terutama dalam promosi sebuah produk karena akan mampu meningkatkan volume penjualan produk tersebut dan juga mampu menekan biaya serta pemilik produk dapat berinteraksi langsung dengan konsumen yang membeli produk mereka

(Harinie et al., 2020)

## METODE

Untuk dapat membantu mitra Wajik Tapai Melayu dalam mengeksport produknya maka ada beberapa metode yang Tim PPPUD KemenristekDIKTI UNILAK adalah:

1. Mengadakan pengujian dan evaluasi produk Wajik Tapai Melayu untuk mengetahui kualitas produk Wajik Tapai Melayu apakah telah memenuhi persyaratan untuk dapat di ekspor.
2. Memberikan pendampingan dan evaluasi terkait kemasan produk Wajik Tapai Melayu agar layak untuk di ekspor.
3. Memberikan workshop kepada mitra untuk dapat menggunakan media sosial dalam memasarkan produk Wajik Tapai Melayu.
4. Setelah itu akan dilakukan evaluasi terkait kegiatan pendampingan dan workshop untuk pemasaran wajik tapai yang menggunakan media informasi digital. Kegiatan ini dilakukan mulai dari awal Februari 2019 hingga September 2019.
5. Melakukan evaluasi perhitungan omset penjualan sebelum dan setelah dilaksanakannya pendampingan oleh tim PPPUD Kemenristek DIKTI UNILAK.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengujian dan Evaluasi Produk Wajik Tapai Melayu

Agar kegiatan ini dapat terlaksana sesuai dengan target dan rencana maka Tim melakukan pembagian dalam beberapa tahap yaitu dengan mendatangkan tenaga ahli pangan Prof Usman Pato guru besar Universitas Riau yang memiliki kajian terkait kualitas produk pangan untuk mengetahui kualitas produk Wajik Tapai Melayu apakah telah memenuhi persyaratan untuk dapat diekspor. Salah satu kriterianya adalah produk harus memiliki daya tahan selama minimal 1 tahun.

Selama pegujian dan evaluasi dilakukan mulai awal Februari – Juni 2019 diperoleh bahwa produk Wajik Tapai Melayu hanya memiliki daya tahan hingga 6 (enam) bulan saja hal ini tentunya tidak sesuai dengan kriteria produk ekspor maka Prof Usman Pato memberikan saran kepada mitra untuk menambahkan Stabilex BR dalam adonan Wajik

Tapai Melayu. Stabilex BR merupakan pati termodifikasi untuk mampu mengikat air yang ada di dalam adonan sehingga produk Wajik Tapai Melayu bisa tahan lama.

Kualitas atau daya tahan sebuah produk menjadi factor penentu keberhasilan sebuah usaha yang dirintis, hal ini berkaitan dengan

keputusan konsumen untuk membeli produk yang dijual. Karena dengan semakin baiknya kualitas produk suatu perusahaan tentunya akan menunjukkan reputasi sebuah perusahaan, disamping itu dapat menekan biaya produksi sehingga mampu merambah pasar yang lebih luas lagi (Saputra et al., 2017).



**Gambar 1.** Prof Usman Pato melakukan kunjungan ke mitra PPPUD dan melakukan uji coba penggunaan serat Stabilex BR ke adonan Wajik Tapai Melayu



**Gambar 2.** Prof Usman Pato sedang memberikan penjelasan kepada mitra terkait manfaat dari serat stabilex BR untuk daya tahan produk Wajik Tapai Melayu

## **2. Pendampingan dan Evaluasi Kemasan Wajik Tapai Melayu**

Tahap kegiatan berikutnya adalah memberikan pendampingan dan evaluasi terkait kemasan Wajik Tapai Melayu. Pada kegiatan ini Tim PPPUD Kemenristek DIKTI UNILAK Ibuk Nining Sudiar M.IP yang langsung memberikan pendampingan terhadap mitra untuk melakukan desain kemasan dari Wajik Tapai Melayu agar lebih kuat dan tidak penyok saat dilakukan pengiriman seperti kriteria produk untuk ekspor.

Awalnya kemasan Wajik Tapai Melayu ini tidak ramah lingkungan karena terlalu banyak penggunaan plastik seperti pada kemasan yang lama. Disamping itu pada saat proses pengemasan dan konsumsi harus melalui 5 (tahapan) sehingga dinilai kurang efektif dan efisien dalam proses produksi juga saat konsumen mengkonsumsi produk tersebut. Maka pada tahapan ini dilakukan re-desain kemasan Wajik Tapai Melayu dengan kemasan

yang baru. Kegiatan ini dilakukan pada awal bulan Maret – Mei 2020.

Pendampingan terkait kemasan produk dalam sebuah usaha sangat dibutuhkan, hal ini pengaruh kuat terhadap nilai jual suatu produk. Apalagi saat ini pemerintah telah menghimbau agar meminimalisir penggunaan plastik dalam setiap produk yang dihasilkan. Apalagi banyak dari UMKM yang belum mengetahui jenis plastic apa saja yang diperbolehkan untuk produk pangan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Alsuendra & Ridawati, 2017) dimana penelitian awal menghasilkan ada sekitar 86,7% konsumen sering memeli produk makanan dalam keadaan panas yang dikemas menggunakan plastik, seperti bakso. Lalu dilakukan pengujian ulang ada sekitar 66,7% konsumen yang tidak menggunakan kemasan plastik untuk pembungkus makanan panas. Hal ini membuktikan masih tingginya penggunaan plastik untuk produk pangan yang ada di Indonesia.

Oleh karena itu pengemasan produk sangat perlu diperhatikan karena kemasan menggambarkan produk yang akan dijual, semakin kreatif keemasan dan tamplan sebuah kemasan produk maka semakin menarik minat

dari konsumen. Karena kemasan harus memiliki desain yang unik dan kreatif serta memperhatikan bentuk serta warna kemasan (Sagita & Sari, 2019).



Gambar 3. Kemasan lama dan Kemasan Baru dari produk Wajik Tapai Melayu

### 3. Workshop dan Evaluasi Pemasaran Wajik Tapai Melayu

Tahap berikutnya adalah memberikan workshop terkait pemasaran produk Wajik Tapai Melayu menggunakan media sosial salah satunya adalah Facebook, Instagram dan jualan online seperti JualBuy dan di Shopee. Dalam tahap ini workshop diberikan oleh Tim PPPUD Kemenristek DIKTI Alfred Suci. MM. Dimana saat workshop berlangsung juga dibantu oleh Hardi. MM dan Sri Maryanti.MSi karena mitra

memang harus diajarkan secara detail terkait mengingat usia pemilik usaha Wajik Tapai Melayu ini 55 – 60 tahun mengingat penjualan online menggunakan media sosial baru marak ditahun 2019-2020 sehingga bagi kaum milenial hal ini sangat mudah namun tidak bagi mereka yang telah berusia lanjut. Dalam workshop ini targetnya adalah mitra mampu mengupdat produk-produk yang dimiliki di akun jualan online ini sehingga konsumen mengetahui produk terbaru dari Puspa Melayu.



Gambar 4. Pemasaran Wajik Tapai Melayu menggunakan Shopee dan JualBuy

Tim PPPUD melakukan evaluasi pemasaran untuk produk Wajik Tapai Melayu. Hal ini dilakukan agar mengetahui kendala yang dihadapi oleh mitra sehingga tim PPPUD dapat memberika solusi dari permasalahan tersebut. Dari hasil evaluasi yang dilakukan memang dalam usaha Wajik Tapai Melayu dibutuhkan

tenaga kerja muda yang lebih familiar dengan teknologi. Oleh karena itu tim PPPUD membuka kesempatan kepada mahasiswa Universitas Lancang Kuning program studi Ilmu Komputer untuk melakukan program pemagangan di Mitra PPPUD yang hal ini juga sesuai dengan kurikulum yang ada di



**Gambar 5.** Evaluasi Tim PPPUD Terkait Pemasaran Wajik Tapai Melayu Dengan Mitra PPPUD

#### 4. Evaluasi Perhitungan Omset Penjualan Wajik Tapai Melayu

Setelah kegiatan pendampingan dilakukan terlihat peningkatan omset penjualan dari usaha yang dirintis oleh Puspa Melayu ini dimana sebelum kegiatan pendampingan dilakukan jumlah produk Wajik Tapai Melayu yang terjual tiap bulannya Rp 2.304.000.00 dengan penjualan bersih Rp. 2.188.800.000,

dimana terjadi peningkatan sebelum diadakannya kegiatan pendampingan ini yaitu Rp. 516.096.000 artinya kegiatan ini sangat bermanfaat bagi pemilik usaha untuk memajukan usahanya. Untuk laba bersih yang diperoleh oleh mitra Wajik Tapai Melayu adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Perbandingan omset penjualan sebelum dan setelah dilakukan pendampingan

No	Uraian	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1	Penjualan	Rp. 645.120.000	Rp. 2.304.000.000
2	Return	Rp. 129.024.000	Rp. 115.200.000
3	Penjualan bersih	Rp. 516.096.000	Rp. 2.188.800.000
4	HPP	Rp. 243.360.000	Rp. 742.500.000
5	Biaya marketing	Rp. 90.000.000	Rp. 90.000.000
6	Gaji tetap karyawan	Rp. 90.000.000	Rp. 90.000.000
7	Laba kotor	Rp. 155.664.000	Rp. 1.266.300.000
8	Beban usaha (hutang bank)	Rp. 20.000.000	Rp. 200.000.000
9	Earning Before Tax (EAT)	Rp. 135.664.000	Rp. 1.066.300.000
10	Pajak 10%	Rp. 13.566.400	Rp. 106.630.000
11	EAT dalam satu tahun	Rp. 122.097.600	Rp. 959.670.000
	EAT per bulan rata rata	Rp. 10.174.800	Rp. 79.972.500

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu membantu mitra untuk memperbaiki

kualitas produknya agar dapat tahan lama dan memperbaiki kemasan produk Wajik Tapai Melayu sesuai dengan standar ekspor. Setelah

dilakukan kegiatan ini terjadi peningkatan laba bersih mitra karena pemasaran telah menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram, JualBuy dan Shopee sehingga peningkatan laba bersih mencapai Rp. 516.096.000 per bulan. Artinya kegiatan ini sangat bermanfaat bagi pemilik usaha untuk memajukan usahanya. Untuk laba bersih yang diperoleh oleh mitra Wajik Tapai Melayu. Diharapkan kedepannya banyak UKM yang terbantu dengan adanya peran akademisi untuk membantu UKM dalam menyelesaikan permasalahannya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Adapun rencana tindak lanjut kedepan untuk mitra Puspa Melayu ini adalah Tim PPPUD akan terus mendampingi mitra dan menjalin komunikasi dengan mitra jika mitra mengalami kendala dalam proses ekspor sehingga mitra benar-benar terbantu untuk memasarkan produk wajik tapai melayu hingga menembus pasar ekspor sesuai target dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Disamping itu tim PPPUD juga akan menjalin kerjasama dengan beberapa UKM yang ada di Pekanbaru agar dapat membantu UKM untuk menyelesaikan permasalahannya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Jenderal Penguatan Riset, Dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi Dan Pendidikan Tinggi yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui Program Produk Unggulan Daerah dari tahun 2019 -2020 dengan Kontrak Program Pengabdian Masyarakat Tahun Anggaran 2018 - 2019 Antara Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Dengan Kopertis Wilayah X Nomor: 095/SP2H/PPM/DRPM/2018 dan 015/LL10/AM/2020

### DAFTAR RUJUKAN

- Alsuhendra, A., & Ridawati, R. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan Dan Label Makanan Bagi Pelaku Usaha Makanan Di Desa Jampang, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor. *Sarwahita*, 14(02), 85–93.  
<https://doi.org/10.21009/sarwahita.142.01>
- Faradila, F. (2017). *Determining Priority Products Of Small Medium Enterprises For Export Through Trading Houses Enterprises important Small and Medium an ( Sato , 2015 ). In 2014 , the value of MSMEs exports reached Rp 186 trillion , increased 2 . 1 % compared to a previous . 187–206.*
- Harinie, L. T., Hukom, A., & Juma'eh, J. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 51–59.  
<https://doi.org/10.29062/engagement.v4i1.179>
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) "SRIKANDI". *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 132.  
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2722>
- Landong, N., Sihombing, N., Ilmu, S. T., Ahmad, E., & Jakarta, D. (2021). Model pendampingan ukm dikota tangerang selatan. *December 2017*, 84–90.  
<http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/352/244>
- Maryanti, S., Suci, A., Sudiar, N., & Hardi, H. (2020). Root Cause Analysis For Conducting University's Community Service To Micro And Small Firms. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 22(2), 152–160.  
<https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.152-160>
- Riau, B. P. S. P. (2017). *Provinsi Riau Dalam Angka 2017*.  
[http://www.ghbook.ir/index.php?name=مجموعه مقالات دومین هم اندیشی سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم&option=com\\_dbook&task=readonline&book\\_id=13629&page=108&chkhashk=03C706812F&Itemid=218&lang=f&a&tmpl=component](http://www.ghbook.ir/index.php?name=مجموعه مقالات دومین هم اندیشی سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13629&page=108&chkhashk=03C706812F&Itemid=218&lang=f&a&tmpl=component)
- Sagita, L., & Sari, M. W. (2019). Pelatihan Pembuatan Desain dan Label Produk Lurik-Kulit di Panggunharjo Bantul. *Abdimas Dewantara*, 2(2), 115.  
<https://doi.org/10.30738/ad.v2i2.2762>
- Saputra, S., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 50(6), 85–95.

- Sri Suranta\*, S. T. H., Christiyaningsih Budiwati, M., & Syafiqurrahman. (2019). Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 33–38. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/parahita/article/view/1066/pdf>
- Sudiar, N. (2019). Konsep OVOP Untuk Mengidentifikasi Produk Unggulan Daerah (Studi Kasus Wajik Tapai Melayu). *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i0.2864>