

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK JANGKRIK DI DESA KASOMALANG KULON

Alan Walansari^{1*}, Bagus Nurmaulana Iskandar², Iyan Sugiana³, Juhadi⁴

^{1,2,3,4}STEI Al-Amar, Indonesia
alanwalansari@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh strategi pengembangan menjadi tolak ukur berkembangnya suatu bisnis. Kondisi pasar yang semakin kompleks mendorong para pengusaha untuk menerapkan strategi pengembangan agar usahanya terus berkembang. Tujuan pengabdian yakni untuk pendampingan strategi pengembangan usaha ternak jangkrik di Desa Kasomalang Kulon. Metode pelaksanaan pengabdian yakni dengan 3 (tiga) tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pendampingan terlihat bahwa usaha ternak jangkrik di Desa Kasomalang Kulon memiliki kekuatan jumlah pakan yang cukup memadai, kelemahan dalam hal kurangnya bibit dan jauhnya jarak membeli bibit, peluang pasar yang cukup tinggi dan ancaman adanya persaingan antar peternak jangkrik. Maka perlu disusun strategi yang bisa diterapkan yaitu peternak jangkrik perlu mempelajari penggunaan market digital dalam memasuki pasar agar pemasarannya tidak hanya melalui agen namun dapat melalui media sosial dan internet, Meningkatkan kemampuan produksi dandan menghasilkan bibit sendiri agar dapat menjual jangkrik melalui agen dan juga media sosial.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Ternak Jangkrik.

Abstract: This community service is motivated by a development strategy as a benchmark for the development of a business. Increasingly complex market conditions encourage entrepreneurs to implement development strategies so that their businesses continue to grow. The aim of the service is to assist with strategies for developing the cricket farming business in Kasomalang Kulon Village. The method of implementing service is in 3 (three) stages, namely the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. Based on the implementation of mentoring activities, the cricket farming business in Kasomalang Kulon Village has strengths in adequate amounts of feed, weaknesses in terms of lack of seeds and long distances to buy seeds, quite high market opportunities and the threat of competition between cricket breeders. So, it is necessary to develop a strategy that can be implemented, namely that cricket breeders need to learn how to use the digital market in entering the market so that marketing is not only through agents but also through social media and the internet, increasing production capabilities and producing their own seeds so they can sell crickets through agents and also social media.

Keywords: Business Development Strategy, Cricket Farming.

Article History:

Received : 02-04-2024

Revised : 03-05-2024

Accepted: 03-06-2024

Online : 31-07-2024

A. LATAR BELAKANG

Akhir-akhir ini pembahasan tentang agribisnis (*agribusiness*) telah berkembang sedemikian rupa sehingga menarik perhatian banyak orang, baik dari kalangan yang biasa mempelajari bidang pertanian maupun kalangan nonpertanian. Keadaan seperti ini dapat dimengerti karena kondisi perekonomian di Indonesia sudah mulai bergeser dari yang semula didominasi oleh peranan sektor primer, khususnya hasil-hasil pertanian ke sektor sekunder (industri). Di samping itu, juga adanya kemauan politik (*political will*) dari pemerintah yang mengarahkan perekonomian nasional Indonesia yang berimbang antara sektor pertanian dengan sektor industri. Sehingga perkembangan sektor pertanian dan industri menjadi saling mendukung. (Firdaus, 2012)

Sektor pertanian di Indonesia telah memberikan peran yang cukup besar dalam perekonomian secara keseluruhan. Pertanian yang terintegrasi dalam suatu sistem agribisnis merupakan salah satu sektor tangguh yang mampu bertahan dalam kondisi krisis. Pertanian juga merupakan sumber mata pencaharian utama penduduk, sehingga sektor pertanian dapat dijadikan motor penggerak untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan kesempatan kerja dan berusaha.

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. (Widianingsih & Ariyanti, 2018)

Menurut Philip Kotler dikutip (Arifudin, 2022) strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. Adapun menurut (Hadiansah, 2021) bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Sihombing dikutip (Siregar, 2021) bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang ada di Indonesia dalam pengembangan usahanya adalah kurangnya informasi pasar. Hal yang sama dikemukakan oleh Ishak dalam (Athik Hidayatul Ummah, 2021) bahwa salah satu kelemahan UMKM kurangnya akses informasi, khususnya informasi tingkat global. Sehingga menjadikan UMKM tidak dapat mengarahkan pengembangan usahanya menuju pasar ekspor.

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut. Peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja, tetapi berorientasi pada pencapaian tujuan usaha peternakan.

Tujuan usaha peternakan adalah memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal. (Achmanu & Muharlien, 2011)

Usaha peternakan adalah suatu usaha pembibitan dan atau budidaya peternakan dalam bentuk perusahaan peternakan atau peternakan rakyat yang diselenggarakan secara teratur dan terus-menerus pada suatu tempat dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan komersial atau sebagai usaha sampingan, untuk menghasilkan ternak bibit atau ternak potong, telur, susu serta menggemukkan suatu jenis ternak termasuk mengumpulkan, mengedarkan, dan memasarkannya.

Peternakan sebagai subsektor pertanian merupakan bidang usaha yang sangat penting dalam kehidupan umat manusia. Kegiatan subsektor peternakan dapat menyediakan bahan pangan hewani masyarakat untuk perkembangan dan pertumbuhan. Pembangunan subsektor peternakan harus dilaksanakan secara bertahap dan berencana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan produksi ternak dapat meningkatkan pendapatan masyarakat peternak dari waktu ke waktu dengan cara mendorong peternak agar mampu bersaing secara lokal, regional, nasional, internasional. (Saragih, 2010)

Jika diperhatikan produk pangan sangat banyak diminati sebagai peluang usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Maryanti dikutip (Tanjung, 2020) bahwa UMKM sebagai salah satu usaha yang terbesar jumlahnya di beberapa Negara, termasuk Indonesia. Desa kasomalang kulon mayoritas masyarakatnya menjadi petani nanas dan secara umum program yang dijalankan pemerintah desa kasomalang kulon adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Di Indonesia, Tambunan sebagaimana dikutip (Sudirman, 2020) definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Lebih lanjut Tambunan sebagaimana dikutip (Fasa, 2020) menjelaskan Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Tambunan sebagaimana dikutip (Siregar, 2021) bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Lebih lanjut Tambunan sebagaimana dikutip (Sofyan, 2020) bahwa usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau

badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Kondisi perekonomian yang tidak menentu menyebabkan sulitnya mencari lapangan pekerjaan. Dampak langsung yang nyata adalah bertambahnya angka pengangguran. Akibat yang dirasakan secara langsung adalah menurunnya pendapatan untuk menunjang hidup sehari-hari dan keadaan ini sangat memprihatinkan. Sehubungan dengan itu, perlu dicari terobosan usaha yang mampu menjawab permasalahan tersebut. Salah satu alternatif usaha yang telah berkembang dan dikenal masyarakat adalah budidaya jangkrik.

Usaha budidaya jangkrik memang bisa menjadi peluang bisnis yang sangat menguntungkan, baik sebagai usaha sampingan maupun usaha berskala besar. Apalagi setelah ditemukan adanya kandungan zat-zat penting yang sangat bermanfaat. Tidak hanya sebagai pakan burung kicauan dan ikan, tetapi juga sebagai bahan baku industri. Di samping itu, beternak jangkrik bukanlah sesuatu yang sulit dilakukan. Semua orang bisa dengan mudah belajar beternak jangkrik.

Adapun survey awal lokasi yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa usaha ternak jangkrik di Desa Kasomalang Kulon masih tergolong usaha kecil. Usaha ternak jangkrik merupakan usaha yang memberikan prospek ke depan apabila di kelola dengan lebih baik. Apalagi sekarang permintaan terhadap jangkrik kian lama semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat dalam memelihara burung. Peningkatan permintaan tersebut menyebabkan penangkapan terus menerus di alam dan berdampak pada menurunnya populasi jangkrik alam sehingga jangkrik semakin sulit diperoleh. Selain itu menurunnya populasi jangkrik juga disebabkan oleh predator. Oleh karena itu diperlukan adanya budidaya jangkrik secara intensif, sehingga permintaan jangkrik dapat terpenuhi secara berkelanjutan dan kelestarian populasi jangkrik dapat terjaga. Usaha ternak jangkrik di Desa Kasomalangan Kulon merupakan hal yang belum membudaya dan memasyarakat. Bila dilihat dari permintaan pasar terhadap jangkrik yang selalu meningkat, usaha ternak jangkrik dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan alternatif bagi masyarakat terutama di Desa Kasomalang Kulon.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dikutip suatu permasalahan yang dapat di jadikan suatu objek penelitian, dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Ternak Jangkrik di Desa Kasomalang Kulon".

B. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini yakni pendampingan strategi pengembangan usaha ternak jangkrik di Desa Kasomalang Kulon. Menurut (Arifudin, 2023) bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dalam rangka memberikan rekomendasi perbaikan pada mitra pengabdian masyarakat.

Adapun metode pelaksanaan memuat beberapa hal penting, yakni sebagai berikut:

Tahapan Persiapan

Pada tahapan ini menurut (Arifudin, 2020) 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 (Arifudin, 2024) bahwa seluruh aktifitas-aktifitas dari pengabdian masyarakat sesuai dengan tahapan awal. Ini merupakan tahap training atau pelatihan yang dilaksanakan dengan mencangkup hal-hal berikut: (a) *Focus Group Discussion* (FGD); (b) Pelatihan dengan *role play*; dan (c) pendampingan penerapan program.

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini menurut bahwa merupakan (Haris, 2023) 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

Proses Budidaya

Kegiatan usaha ternak jangkrik dimulai dari pembibitan yang dibeli dari peternak jangkrik di luar kota selanjutnya bibit akan ditaruh di kandang yang telah disusun sarang telur dan ditutupi dengan kain agar kondisi bibit tetap hangat sampai bibit menetas dengan umur 2-4 hari. Setelah bibit menetas kemudian melakukan perawatan dengan memberi

pakan jangkrik dan menyirami air untuk tujuan suhu ruang tetap dingin dan lembab sampai umur 40-45 hari, setelah jangkrik dewasa jangkrik siap dijual kepada agen.

Biaya Operasional

Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan selama usaha berjalan. Biaya operasional meliputi biaya tetap dan biaya variable (Shavab, 2021).

Biaya tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang besarnya tidak tergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan (Labetubun, 2021). Biaya tetap yang dikeluarkan dalam usaha "Ternak Jangkrik" ini meliputi biaya penyusutan.

Berikut ini adalah komponen dalam biaya tetap, besarnya biaya tetap pada usaha ternak jangkrik dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Uraian Biaya Tetap

Uraian	Biaya Penyusutan (Rp)
Timbangan	25.000
Kotak Jangkrik	70.000
Talam	40.000
Corong Minyak	10.000
Sarang Telur	80.000
Total Biaya Tetap	Rp. 225.000

Dari tabel diatas diperoleh hasil perhitungan total biaya tetap usaha ternak jangkrik selama satu kali produksi adalah Rp 225.000. Peralatan usaha ternak jangkrik ini dibeli sejak awal usaha dan sebagian alat tersebut telah mengalami pergantian dengan alat yang baru. Hal ini menunjukkan bahwa peralatan yang digunakan mengalami penyusutan

Tabel 1.2 Uraian Biaya Variabel

Uraian	Biaya Variabel (Rp)
Biaya Pembelian Pakan Pur	550.000
Biaya Transportasi	300.000
Biaya Pembelian Bibit Jangkrik	350.000
Biaya Pakan Daun Singkong	150.000
Total Biaya Variabel	Rp. 1.350.000

Tabel 1.3 Total Biaya Produksi Usaha Ternak Jangkrik Dalam Sekali Produksi

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Biaya Tetap	225.000

2	Biaya Variabel	1.350.000
Jumlah		Rp 1.575.000

Jadi, total biaya produksi per sekali produksi adalah Rp 1.575.000

Analisis SWOT dan Strategi Pengembangannya

Suatu usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya perlu mengetahui strategi yang tepat agar usaha tersebut mendapatkan keuntungan dan mampu berkembang dengan baik. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah analisis untuk merumuskan strategi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi.

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treaths*). Adapun analisis SWOT usaha ternak jangkrik adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki oleh peternak jangkrik di Desa Kasomalang Kulon adalah usaha yang dimiliki sendiri. Para peternak membuat kandang jangkrik dengan menggunakan triplek yang pembuatannya relatif sederhana dengan bentuk persegi panjang. Peternak jangkrik juga memanfaatkan pakan alami jangkrik yang ada disekitar tempat tinggalnya, seperti daun ubi, pepaya, dan juga pelepah pisang yang mampu mengurangi biaya pengeluaran untuk pembelian pakan. Ketersediaan pakan alami yang banyak akan menguntungkan para peternak jangkrik yang dapat mempengaruhi pendapatan para peternak jangkrik. Hewan jangkrik yang sangat mudah untuk dikembangkan yang tidak memerlukan pelatihan khusus dan perawatannya yang sederhana membuat siapa saja dapat mengembangkan usaha ini.

2. Kelemahan

Usaha ternak jangkrik memiliki kelemahan dalam mahalnya pembelian bibit jangkrik dan kurangnya ketersediaan bibit jangkrik di Desa Kasomalang Kulon sehingga harus membeli dari luar kota. Para peternak juga harus menunggu sampai bibit jangkrik sampai kepada mereka dan hal ini akan sangat menghambat produksi ternak jangkrik.

3. Peluang

Peluang yang bisa dimanfaatkan oleh peternak jangkrik adalah tersedianya permintaan pasar yang cukup tinggi terhadap jangkrik. Jangkrik yang sudah dewasa akan dijual kepada agen-agen. Sekarang banyak toko-toko burung yang menjual jangkrik untuk pakan burung. Bukan hanya ke toko-toko namun masyarakat sekitar juga banyak yang

mendatangi peternak untuk membeli jangkrik sehingga pemasaran selalu ada.

4. Ancaman

Ancaman bagi peternak jangkrik adalah adanya persaingan antar peternak jangkrik. Biasanya peternak lain memiliki produksi yang lebih baik, harga yang kompetitif serta pangsa pasar yang sangat banyak. Dengan demikian, para peternak harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas yang telah ada serta melakukan standarisasi pemasaran guna menghambat dan mengantisipasi laju pertumbuhan para pesaing sejenis ini.

Maka perlu disusun strategi untuk mengembangkan usaha ternak jangkrik di Desa Kasomalang Kulon. Adapun strategi pengembangan yang bisa diterapkan adalah :

a. Strategi SO

Meningkatkan kualitas bibit jangkrik agar mampu menyediakan stok jangkrik untuk permintaan pasar yang cukup tinggi dan menjangkau lebih banyak konsumen.

b. Strategi WO

Meningkatkan kemampuan produksi dan menghasilkan bibit sendiri agar dapat menjual jangkrik melalui agen dan juga media sosial dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

c. Strategi ST

Meningkatkan kualitas bibit jangkrik masing-masing peternak agar mampu bersaing secara sehat dalam memproduksi dan mampu memperluas lahan maupun memperbanyak kandang sehingga mampu memproduksi lebih banyak jangkrik dan menguasai pasar.

d. Strategi WT

Meningkatkan kualitas dan kuantitas bibit jangkrik agar tidak mudah mati terkena penyakit dan memperluas jaringan informasi sehingga mampu menguasai pasar.

C. SIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan analisis SWOT diketahui bahwa usaha ternak jangkrik di Desa Kasomalang Kulon memiliki kekuatan jumlah pakan yang cukup memadai, kelemahan dalam hal kurangnya bibit dan jauhnya jarak membeli bibit, peluang pasar yang cukup tinggi dan ancaman adanya persaingan antar peternak jangkrik. Maka perlu disusun strategi yang bisa diterapkan yaitu peternak jangkrik perlu mempelajari penggunaan market digital dalam memasuki pasar agar pemasarannya tidak hanya melalui agen namun dapat melalui media sosial dan internet, Meningkatkan kemampuan produksi dandan menghasilkan bibit sendiri agar dapat menjual jangkrik melalui agen dan juga media sosial.

Saran

Adapun saran berdasar hasil pengabdian ini diantaranya : 1) Meningkatkan kualitas bibit jangkrik masing-masing peternak agar mampu bersaing secara sehat dalam memproduksi dan mampu menjangkau lebih banyak konsumen, 2) Memperluas lahan dengan menambah kandang agar produksi yang dihasilkan meningkat dan mampu meningkatkan pesanan terhadap jangkrik, serta 3) Menghasilkan bibit jangkrik sendiri untuk mengurangi biaya modal yang dikeluarkan dan memperluas jaringan informasi sehingga mampu menguasai pasar.

Rekomendasi

Hasil ternak yang diperoleh sebaiknya dikembangkan sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat di masa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) diantaranya :

1. Ketua STEI Al-Amar Subang, yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
2. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat STEI Al-Amar Subang yang telah mengizinkan kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
3. Bapak H. Amirudin, S.Pd.I selaku kepala Desa Kasomalang kulon, karena atas izinnya penulis dapat melakukan penelitian ini.
4. Bapak Agung Apriana, M.H selaku dosen pembimbing lapangan yang telah banyak meluangkan waktu dalam melakukan bimbingan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.
5. Bapak Juhadi, S.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing jurnal yang senantiasa membimbing penulis.
6. Ibu Yeni Supeni selaku mitra pengabdian yang sudah bersedia dalam kerjasama pengabdian.
7. Teman – teman yang terus saling membantu dalam pembuatan jurnal ini sampai terselesaikannya tugas ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmanu, & Muharliem. (2011). *Ilmu Ternak Unggas*. UB Press.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- 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.
- Arifudin, O. (2024). Utilization of artificial intelligence in scientific writing. *Journal of Technology Global*, 1(2), 131–140.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Firdaus, M. (2012). *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara.
- Hadiansah, D. (2021). *Membaca Perspektif Balanced Scorecard*. Bandung: Azka Hafidz Maulana Foundation.
- 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.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Saragih, B. (2010). *Pengembangan Agribisnis Ayam dalam MEA*. Penerbit Permata Wancana Lestari.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. 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.
- Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- Widianingsih, & Ariyanti. (2018). *Aspek Hukum Kewirausahaan*. UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.