

---

**PENGARUH KEMASAN MODERN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN  
POKLAHSAR ABON IKAN LELE (*Clarias* sp.) DI KECAMATAN CIBINONG  
KABUPATEN BOGOR**

*The Effect of Modern Packaging in Increasing Income of Paklahsar Shredded Catfish  
(Clarias sp.) in Cibinong District, Bogor Regency*

**Egi Dita Aprilia, Tatty Yuniarti<sup>\*)</sup>, Sobariah**

Penyuluhan Perikanan, Politeknik Ahli Usaha Perikanan, Jakarta, 12520, Indonesia

\*korespondensi: [tatty.yuni@gmail.com](mailto:tatty.yuni@gmail.com)

Diterima : 30 Agustus 2021; Disetujui : 01 Oktober 2021

**ABSTRACT**

*The economy is disrupted during the pandemic, especially in micro-businesses, to be able to compete with other companies with fluctuating market conditions, companies must think hard to develop a good marketing strategy. The company's strategy to compete in the business world is to pay attention to the packaging design used. This study aims to increase revenue through the application of modern new product packaging in sales. The study lasted for 3 months starting from March 8 to June 5, 2021 in Cibinong District, Bogor Regency. Parameters analyzed in the form of aspects of knowledge attitude, attitude, and adoption of innovation as well as the application of counseling using pre-test and post-test questionnaires. The results of the research conducted at the knowledge aspect evaluation stage were 43% at Poklahsar Mina Sejahtera and 33% at Poklahsar Panghegar Raya Lestari, an increase in the attitude aspect was 15% at Poklahsar Mina Sejahtera and 4% at Poklahsar Panghegar Raya Lestari, as for the adoption of innovations obtained From the results of the weekly observations of the two Poklahsars, it can be concluded that Poklahsar Mina Sejahtera and Panghegar Raya Lestari have implemented the demonstration results of modern product labels and packaging starting from the 9th week to the 12th week (last week). Sales of products using new packaging and labels were 83 packs for Poklahsar Mina Sejahtera and 64 packs for Poklahsar Panghegar Raya Lestari with an income of Rp. 1.411,000 with a profit of Rp. 278,778 for Poklahsar Mina Prosperous while for Poklahsar Panghegar Raya Lestari, an income of Rp. 1,280,000 with a profit of IDR 297,128.*

**Keywords:** *cibinong, evaluation, modern, packaging, poklahsar*

**ABSTRAK**

Perekonomian terganggu pada masa pandemic khususnya pada pembisnis mikro, untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan keadaan pasar yang fluktuatif, perusahaan harus berfikir keras untuk menyusun strategi pemasaran yang baik. Strategi perusahaan untuk bersaing di dunia bisnis yaitu dengan memperhatikan desain kemasan yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan melalui penerapan kemasan produk baru modern dalam penjualan. Penelitian berlangsung selama 3 bulan mulai dari tanggal 8 Maret hingga 5 Juni 2021 di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor. Parameter yang dianalisis berupa aspek sikap pengetahuan, sikap, dan adopsi inovasi serta penerapan penyuluhan menggunakan kuisisioner *Pre-Test* dan *Post-test*. Hasil penelitian yang dilakukan pada tahap evaluasi aspek pengetahuan sebesar 43% pada Poklahsar Mina Sejahtera dan 33% pada Poklahsar Panghegar Raya Lestari, peningkatan pada aspek sikap sebesar 15% pada Poklahsar Mina Sejahtera dan 4% pada Poklahsar Panghegar Raya Lestari, adapun adopsi inovasi yang didapatkan dari hasil pengamatan perminggu kedua Poklahsar tersebut dapat disimpulkan bahwa Poklahsar Mina Sejahtera dan Panghegar Raya Lestari sudah menerapkan hasil demonstrasi label dan kemasan produk modern mulai dari minggu ke-9 sampai minggu ke-12 (minggu terakhir). Penjualan produk menggunakan kemasan dan label baru sebanyak 83 bungkus untuk Poklahsar Mina

Sejahtera dan 64 bungkus untuk Poklahsar Panghegar Raya Lestari dengan pendapatan sebesar dengan pendapatan sebesar Rp. 1.411.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 278.778 untuk poklahsar mina sejahtera sedangkan untuk poklahsar panghegar raya lestari mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 1.280.000 dengan keuntungan menjadi Rp.297.128.

**Kata kunci:** cibinong, evaluasi, kemasan, modern, poklahsar

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang sudah tidak terasa hampir satu tahun lebih masih merajalela membuat perekonomian terganggu khususnya pada pembisnis mikro. Menurut pendapat (Rusmadi, 2016) untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan keadaan pasar yang fluktuatif, perusahaan harus berfikir keras untuk menyusun strategi pemasaran yang baik. Jika perusahaan hanya melihat tidak bertindak maka bisa dipastikan eksistensi perusahaan bisa turun, tidak bisa bertahan dan bisa dipastikan akan tutup, manajemen strategi yang dilakukan harus mencakup seluruh aspek dari mulai proses perencanaan, pengorganisasian, penerapan, dan evaluasi.

Menurut pernyataan (Dharmeria, 2014) strategi perusahaan untuk bersaing di dunia bisnis yaitu dengan memperhatikan desain kemasan yang digunakan. Kemasan sering kali memberikan kesan kepada konsumen untuk memutuskan akan membeli produk tersebut atau tidak, oleh karena itu kita dapat memastikan kemasan bekerja sebaik mungkin agar memberikan dampak positif pada penjualan (Clara, 2021).

Banyaknya UMKM atau kelompok pemasaran yang belum mengetahui kemasan yang baik serta modern untuk diperjual belikan khususnya pada Poklahsar pengolah abon ikan lele di Kecamatan Cibinong. Tujuan penelitian ini untuk memperbaiki permasalahan yang terdapat pada Poklahsar abon ikan lele dengan demonstrasi tentang kemasan dan label produk baru yang lebih modern serta penerapannya untuk meningkatkan pendapatan poklahsar abon ikan lele tersebut.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat

Kegiatan penelitian dilaksanakan pada tanggal 8 Maret sampai dengan 5 Juni 2021 di Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat.

### Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan berupa kuisioner *Pre-Test* dan *Post-Test* dengan pertanyaan yang bersifat terbuka, semi terbuka dan tertutup.

### Metode Penelitian

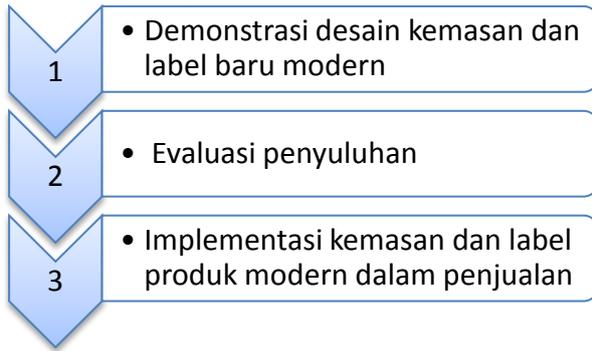
Teknik pengambilan sampel sasaran pada penelitian ini dilakukan melalui metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan penelitian. Metode *purposive sampling* merupakan suatu metode penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan pada beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu (Taslim & Wijayanto, 2016). Sasaran yang dituju pada penelitian ini berjumlah 13 orang pengolah abon ikan lele yang terbagi didalam dua kelompok pengolahan.

Parameter yang diukur dalam penelitian ini berupa evaluasi pada aspek pengetahuan, sikap, adopsi inovasi serta penerapan demonstrasi tentang desain kemasan dan label baru modern. Cara mengetahui bagaimana respon sasaran terhadap materi yang disampaikan disebut juga evaluasi (Al-Rasyid & Saade, 2019). Rumus menentukan perubahan dan peningkatan aspek pengetahuan Aspek Pengetahuan:

**Perubahan Pengetahuan = Nilai awal – Nilai akhir**

$$\text{Peningkatan} = \frac{\text{Perubahan} - \text{Nilai Awal}}{\text{Nilai Tertinggi}} \times 100 \%$$

**Prosedur Kerja**



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Demonstrasi desain kemasan dan produk baru modern**

Kegiatan demonstrasi desain kemasan dan label produk modern ini dilaksanakan pada kelompok Mina Sejahtera dan Panghegar Raya Lestari yang sesuai dengan permasalahan yaitu kurang pengetahuan tentang kemasan yang baik dan modern untuk pemasaran. Kemasan yang digunakan disini yaitu standing pouch yang bahan dasarnya aluminium foil dan menggunakan label yang desain menutupi seluruh tampilan luar standing pouch serta ditambahkan zipper lock untuk merekatkan kembali kemasan ketika sudah dibuka. Kegunaan dari kemasan standing pouch yang berbahan dasar aluminium foil dengan zipper lock merupakan solusi untuk mengatasi kebocoran minyak, masuknya udara dan higienitas produk, hal ini disebabkan karena aluminium foil memiliki kualitas tinggi dalam pengemasan sebab pori-pori yang terdapat pada aluminium foil sangat rapat dan juga kedap udara, berbeda dengan kemasan plastik yang rawan terhadap kondisi tertentu (Indrajaya et al., 2016). Gambar kemasan lama dan kemasan baru dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.

**Evaluasi Penyuluhan**

Evaluasi merupakan kegiatan mengidentifikasi suatu penyuluhan yang telah direncanakan telah tercapai atau belum, berharga atau tidak, dan dapat efisiensi atau tidak saat pelaksanaannya (Ratnawulan & Rusdiana, 2015). Evaluasi penyuluhan merupakan alat atau tolak ukur dari kegiatan penyuluhan yang telah

dilaksanakan. Berdasarkan evaluasi penyuluhan dapat diketahui apakah kegiatan penyuluhan telah dapat dilaksanakan dengan baik atau menghadapi suatu kendala dalam pelaksanaan penyuluhan tersebut.

- Mina Sejahtera



KEMASAN LAMA      KEMASAN BARU

Gambar 1. Kemasan lama dan baru poklhasr mina sejahtera

- Panghegar Raya Lestari



KEMASAN LAMA      KEMASAN BARU

Gambar 2. Kemasan lama dan baru poklhasr panghegar raya lestari

- Aspek Pengetahuan

Tabel 1. Aspek pengetahuan polahsar mina sejahtera

No	Nama	Pre-Test	Post-Test	Perubahan (Skor)	Peningkatan (%)
1	Ema Renita	80	100	20	20
2	Entjon B	80	100	22	20
3	Titin z	50	80	30	37.5
4	Nyai	50	100	50	50
5	Ai Yati				
	Heryati	70	100	30	30
6	Paikem	20	70	50	71
7	Tri haryanti	40	80	40	50
8	Ani sumarni	50	90	40	44
Jumlah		440	720	282	322.5
Rata-rata		55	90	35.25	40.3

Tabel 2. Aspek pengetahuan poklhasr panghegar raya lestari

No	Nama	Pre-Test	Post-Test	Perubahan (Skor)	Peningkatan (%)
1	Listia				
	Yuniar	80	100	20	20
2	Sumiati	60	90	30	33
3	Yuyum				
	Novianti	40	70	30	43
4	Kustini	50	70	20	29
5	Lilis	60	100	40	40
Jumlah		290	430	140	165
Rata-rata		58	86	28	33

Poklhasr Mina Sejahtera yang mengalami peningkatan terbanyak dalam pengisian kuisioner *Pre-Test* dan *Post-Test* adalah Ibu Paikem sebesar 71% dan yang terendah adalah Ibu Ema Renita dan Bapak Entjon sebesar 20%, sedangkan pada Poklhasr Panghegar Raya Lestari peningkatan tertinggi didapatkan oleh Yuyum Novianti sebesar 43 % dan terendah oleh Listia Yuniar Sebesar 20%. Selain dikarenakan sering mengikuti pelatihan, ini juga sesuai dengan pernyataan (Pramodya *et al.*, 2016) bahwa Salah satu faktor yang memengaruhi pengetahuan seseorang adalah karena kekurangan informasi, penyampaian informasi melalui penyuluhan dan pelatihan akan meningkatkan pengetahuan.

Dari data hasil rekapitulasi evaluasi awal dan akhir pada aspek pengetahuan rata-rata nilai perubahan dan nilai peningkatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

➤ Mina Sejahtera

Perubahan: Nilai Akhir – Nilai Awal  
 = 90 – 55  
 =35

Peningkatan: (Perubahan/Nilai Tertinggi) x 100%  
 = (35 / 100) x 100% = 35%

➤ Panghegar Raya Lestari

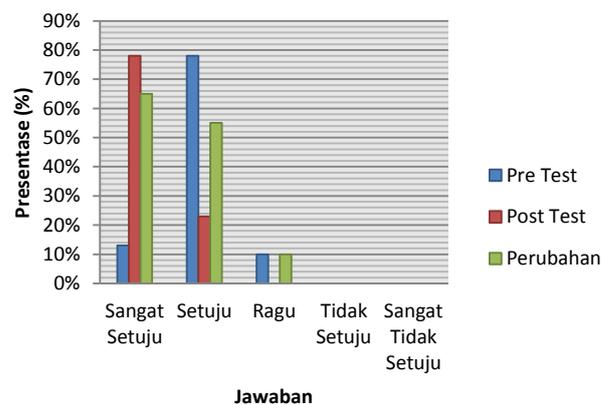
Perubahan : Nilai Akhir – Nilai Awal  
 = 86 – 58  
 = 28

Peningkatan : (Perubahan/Nilai Tertinggi) x 100%  
 = (28 / 100) x 100%  
 = 28%

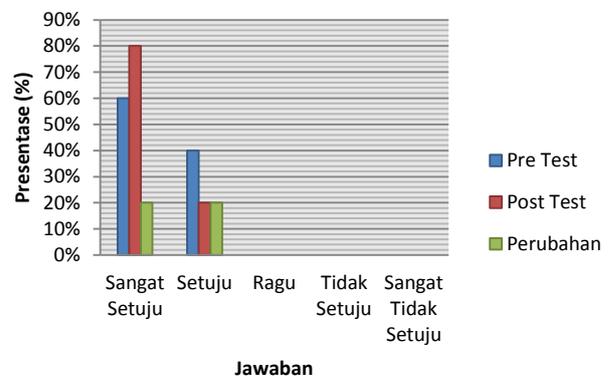
Berdasarkan perhitungan hasil evaluasi awal dan evaluasi akhir aspek pengetahuan sasaran terhadap demonstrasi label dan kemasan modern pada dua kelompok maka dapat disimpulkan dari delapan orang anggota kelompok Mina Sejahtera yang menerima demonstrasi

mengalami peningkatan evaluasi awal dan akhir sebesar 35% dan lima orang anggota kelompok Panghegar Raya Lestari mengalami peningkatan sebanyak 28%. Efektivitas kegiatan penyuluhan pada Polhasr Mina Sejahtera masuk kedalam kategori cukup efektif dan pada Poklhasr Panghegar Raya Lestari masuk kedalam kategori kurang efektif. Persentase efektivitas tingkat pengetahuan dibagi atas tiga kriteria (Indreswari *et al.*, 2017) yaitu: kurang efektif (< 32%), cukup efektif (≥ 32–64%) dan efektif (≥ 64%).

• Aspek Sikap



Gambar 3. Aspek sikap poklhasr mina sejahtera



Gambar 4. Aspek pengetahuan poklhasr panghegar raya lestari

Grafik diatas menunjukkan tingkat perbedaan sikap sasaran setelah diadakannya aksi demonstrasi label dan kemasan produk modern. Pada tahap *Pre-Test* sasaran poklhasr Mina Sejahtera masih dominan pada tingkat setuju dengan nilai sebesar 78% sedangkan poklhasr Panghegar Raya Lestari pada tingkat sangat setuju sebesar 60% . Setelah pelaksanaan aksi demonstrasi label dan kemasan produk modern sasaran mulai sadar akan

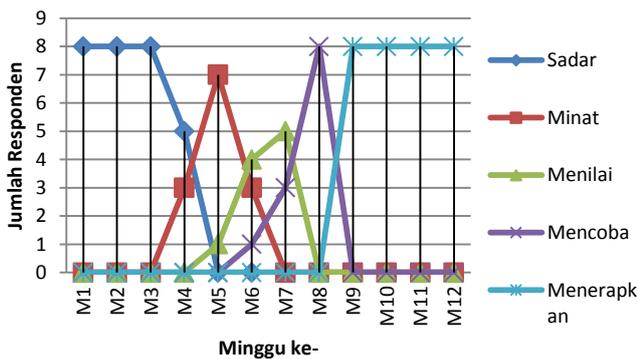
pentingnya label kemasan yang baik dan modern.

Sasaran yang sadar akan pentingnya hal tersebut dibuktikan dengan nilai yang di peroleh setelah pelaksanaan *Post-Test*. Mayoritas sasaran poklhasr Mina Sejahtera berada pada tingkat sangat setuju dengan nilai sebesar 78% disusul pada tingkat setuju dengan nilai sebesar 22% sedangkan poklhasr Panghegar Raya Lestari berada pada tingkat sangat setuju dengan nilai sebesar 80% disusul pada tingkat setuju sebesar 20%. Menariknya, tidak terdapat lagi sasaran yang ragu, tidak setuju bahkan sangat tidak setuju.

Perubahan sikap sasaran dipengaruhi oleh sasaran yang mulai menerima atau sadar akan manfaat dari penerapan label dan kemasan yang baik dan modern. Jika seseorang sadar akan suatu manfaat dari keuntungan maka orang tersebut akan melakukan berbagai hal untuk mendapatkan manfaat tersebut (Efendy & Hutapea, 2014).

• **Adopsi Inovasi**

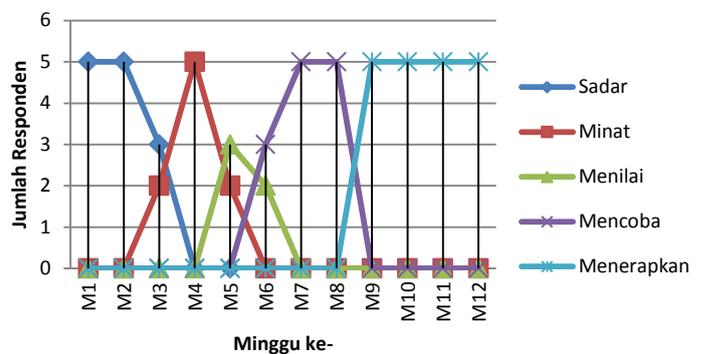
Suatu proses perubahan mental atau perubahan perilaku baik yang berupa pengetahuan (*cognitive*), sikap (*affective*), maupun keterampilan (*psycomotor*) pada sasaran sejak mengenal inovasi disebut dengan adopsi inovasi (Nurhayati & Herawati, 2018).



Gambar 5. Adopsi inovasi poklhasr mina sejahtera

Berdasarkan Gambar 5 dan 6 semua anggota kedua kelompok menerapkan inovasi yang diberikan yaitu label dan kemasan produk yang lebih modern untuk produk abon ikan lele. Tidak ada yang tidak sampai pada taraf menerapkan. Semua anggota kelompok mulai menerapkan pada

minggu ke-9 sampai minggu ke-12 pelaksanaan praktik akhir. Keuntungan penerapan inovasi ini yaitu perbaikan label dan kemasan menjadi lebih baik dan modern serta peningkatan pendapatan apabila dipasarkan dengan pemasaran modern yang efektif dan menguntungkan pada saat kondisi pandemic seperti ini. Hal ini sesuai dengan pendapat (Muniroh et al., 2017) bahwa media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas apalagi dalam kondisi pandemic seperti ini yang tidak mengharuskan orang untuk bertatap muka.



Gambar 6. Adopsi inovasi poklhasr panghegar raya lestari

**Implementasi Kemasan dan Label Produk Modern dalam Penjualan**

• **Pengemasan produk menggunakan kemasan baru**

Kemasan selain memiliki fungsi utama sebagai wadah perlindungan bagi produk yang dihasilkan, juga memiliki fungsi promosi, simbolik, dan estetik. Sehingga berbagai faktor yang berkaitan dengan fungsi kemasan haruslah dipertimbangkan dalam proses analisis untuk menghasilkan desain kemasan yang baik dan tepat guna (A. Azis Said, 2016).

Proses Pengemasan abon kedalam kemasan baru dilakukan hari kedua setelah pembuatan abon ikan lele. Berat abon per kemasan setiap kelompok berbeda, untuk Poklhasr Mina Sejahtera 50 gram berat per kemasan dengan harga Rp. 17.000 dan untuk Poklhasr Panghegar Raya Lestari 70 gram per kemasan dengan harga Rp. 20.000. Varian yang dipasarkan oleh kedua kelompok tersebut sama yaitu, original dan

pedas. Berikut adalah proses packing abon ikan lele dengan kemasan baru.



Gambar 7. Proses pengemasan abon ikan lele pada dua poklaksar

- **Foto produk untuk percobaan pemasaran online dengan kemasan baru**

Sebelum produk dipasarkan secara online, alangkah baiknya melakukan foto produk yang baik agar lebih menarik konsumen yang melihat dan ingin membelinya. Penelitian (Agustina, 2018). Berikut adalah proses foto produk



Gambar 8. Proses foto



Gambar 9. Hasil foto

- **Penjualan produk pada aplikasi online menggunakan kemasan baru selama satu minggu**

Penjualan menggunakan aplikasi online selama satu minggu untuk poklaksar mina sejahtera produk habis terjual sebanyak 83 bungkus dengan pendapatan sebesar Rp. 1.411.000 dan dan keuntungan sebesar Rp. 278.778. Sedangkan sebelum penerapan kemasan produk hanya habis terjual sebanyak 75 bungkus dengan pendapatan

sebesar Rp 1.190.000 dan keuntungan sebesar Rp. 148.874. Poklaksar panghegar raya lestari produk habis terjual sebanyak 64 bungkus abon ikan lele dengan pendapatan sebesar Rp. 1.280.000 dan keuntungan sebesar Rp.297.128. Sedangkan sebelum penerapan kemasan produkyang terjual hanya 40 bungkus abon ikan lele dengan pendapatan sebesar Rp. 800.000 dan kuntungan Rp.23.128 yag sangat naik drastic dengan penggunaan kemasan baru.

Tabel 3. Penjualan pada poklaksar mina sejahtera

No	Sosial Media	Total Satu Minggu	Presentase %
1	Shopee	59	71%
2	Instagram	15	18%
3	Tiktok	7	8%
4	Facebook	2	2%
Jumlah		83	99%
Rata-rata		21	25%

Tabel 4. Penjualan pada poklaksar panghegar raya lestari

No	Sosial Media	Total Satu Minggu	Presentase %
1	Shopee	38	59%
2	Instagram	20	31.25%
3	Tiktok	6	9%
4	Facebook	0	0%
Jumlah		64	99%
Rata-rata		16	25%

### KESIMPULAN

Demonstrasi kemasan dan label produk baru modern telah dilaksanakan dan membuat sasaran membuat sasaran mengalami peningkatan dalam aspek pengetahuan sebesar 43% pada Poklaksar Mina Sejahtera dan 33% pada Poklaksar Panghegar Raya Lestari , peningkatan pada aspek sikap sebesar 15 % pada Poklaksar Mina Sejahtera dan 4% pada Poklaksar Panghegar Raya Lestari, adapun adopsi inovasi yang didapatkan dari hasil pengamatan perminggu kedua Poklaksar tersebut dapat disimpulkan bahwa Poklaksar Mina Sejahtera dan Panghegar

Raya Lestari sudah menerapkan hasil demonstrasi kemasan dan label produk baru modern mulai dari minggu ke-9 sampai minggu ke-12 (minggu terakhir) dan menjual produk menggunakan kemasan dan label baru sebanyak 83 bungkus untuk Poklahsar Mina Sejahtera dan 64 bungkus untuk Poklahsar Panghegar Raya Lestari dengan pendapatan sebesar dengan pendapatan sebesar Rp. 1.411.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 278.778 untuk poklahsar mina sejahtera sedangkan untuk poklahsar panghegar raya lestari mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 1.280.000 dengan keuntungan menjadi Rp.297.128.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih Saya ucapkan kepada poklahsar mina sejahtera dan panghegar raya lestari yang bersedia dan dapat bekerja sama dalam proses penelitian, ibu Ir. Sri Wahyuni, MM selaku pembimbing eksternal yang membantu Saya dalam pelaksanaan penelitian, ibu Dr. Tatty Yuniarti, S.T., M.Si dan ibu Dra. Sobariah, MM selaku dosen pembimbing Saya yang membimbing dalam penelitian dan penulisan jurnal

### DAFTAR PUSTAKA

- A. Azis Said. (2016). Desain Kemasan. *Desain Kemasan*, 84.
- Agustina, L. (2018). *Pencarian Informasi di Era Pemasaran Online*. Untirta Press. <http://eprints.untirta.ac.id/951/>
- Al-Rasyid, M. D. A., & Saade, A. (2019). Pengaruh Tepung Daun Indigofera Dalam Ransum Terhadap Kualitas Karkas Broiler. *Jurnal Agrisistem*, 15(1), 29–34.
- Clara, C. (2021). PENGARUH DESAIN DAN MANFAAT KEMASAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN FMCG. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 19(1), 01–26.
- Dharmeria, V. (2014). Analisis pengaruh keunikan desain kemasan produk , konduktivitas. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(1).
- Efendy, J., & Hutapea, Y. (2014). Analisis Adopsi Inovasi Teknologi Pertanian Berbasis Padi di Sumatera Selatan dalam Perspektif Komunikasi. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 13(2), 119–130.
- <https://doi.org/https://doi.org/10.21082/jpntp.v13n2.2010.p%p>
- Indrajaya, Y. C., Negara, I. N. S., & Aryanto, H. (2016). Perancangan Desain Kemasan Sambal Pecel" Bumbu Ndeso" Blitar. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 7.
- Indreswari, R., Ratriyanto, A., & Dewanti, R. (2017). Evaluasi Penyuluhan Pemeliharaan Itik Lokal Jantan Berbasis Metode Inditik Terhadap Tingkat Pengetahuan dan Sikap Petani di Desa Gaum, Kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar. *Sains Peternakan*, 12(1). <https://doi.org/10.20961/sainspet.v12i1.4788>
- Muniroh, L., . H., & Marlina, A. (2017). MANFAAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN TAS PADA PENGRAJIN TAS DI CIAMPEA. *INOVATOR*, 6(2). <https://doi.org/10.32832/inovator.v6i2.1046>
- Nurhayati, A., & Herawati, T. (2018). Analisis Faktor Adopsi Inovasi Perikanan Budidaya Karamba Jaring Apung di Waduk Cirata Analysis of Innovation Adoption Factors of Floating Net Cage Aquaculture in Cirata Reservoir. *Jurnal Penyuluhan*, 14(2).
- Pramodya, R. D., Susanti, A. I., & Nirmala, S. A. (2016). Pengaruh Penyuluhan Mengenai Imunisasi terhadap Pengetahuan dan Sikap Ibu di Desa Sukarapih Kec. Sukasari. *Jurnal Sistem Kesehatan*, 1(2). <https://doi.org/10.24198/jsk.v1i2.10342>
- Ratnawulan, E., & Rusdiana, H. . (2015). *Evaluasi Pembelajaran*. Pustaka Setia.
- Rusmadi. (2016). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BISNIS MODERN. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 1.
- Taslim, A., & Wijayanto, A. (2016). Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham, Kapitalisasi Pasar dan Jumlah Hari Perdagangan terhadap Return Saham (Studi pada Saham Perusahaan Dagang Eceran yang Terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia Sebelum Sampai Sesudah Bul. *Management Analysis Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.15294/MAJ.V5i1.5781>