

Volume 9 Nomor 3 Desember 2024

E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI
JURKAMI

JURKAMI

**VOLUME 9
NOMOR 3**

**SINTANG
DESEMBER
2024**

**DOI
10.31932**

**E-ISSN
2541-0938
P-ISSN
2657-1528**

**DAMPAK DIVERSIFIKASI PRODUK BERBASIS AUGMENTED REALITY
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DAN PERTUMBUHAN LABA
UMKM GEDEBOG.IDN SURABAYA**

Wulan Mel Sandy[✉], Joni Susilowibowo²

Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia 12

[✉] Corresponding Author Email: wulanmel.20041@mhs.unesa.ac.id

Author Email: jonisusilowibowo@unesa.ac.id

Abstract:

Business growth is characterized by an increasing number of sales. However, this condition seems difficult for MSMEs because they have not been able to withstand competition, maintain customer satisfaction, and attract buying interest. Therefore, to increase sales, it is necessary to diversify products to attract customers to buy. The existence of this firm power is expected to create an increase in sales. The purpose of this research is used to determine the impact of product diversification using augmented reality technology on increasing sales and profit growth during the September-November period in 2023 at UMKM gedebog.idn Surabaya. The research method used is quantitative descriptive research method. Data obtained from primary data. The study population consisted of all sales volume and profit data during June-November 2023. Sampling data using purposive sampling using samples of sales volume and profits in September-October 2023. The results showed that product diversification using augmented reality has positive results on increasing sales in the range of 26-41% and profit growth in the range of 24-28%.

Abstrak:

Pertumbuhan bisnis ditandai dengan adanya jumlah penjualan yang meningkat. Namun kondisi ini tampak sulit dihadapi oleh UMKM dikarenakan umkm belum mampu bertahan menghadapi persaingan, menjaga kepuasan konsumen, dan menarik minat beli. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan perlu adanya diversifikasi produk agar menarik minat pelanggan untuk membeli. Adanya daya tarik ini diharapkan dapat menciptakan peningkatan penjualan. Tujuan pelaksanaan penelitian ini digunakan untuk mengetahui dampak diversifikasi produk menggunakan teknologi augmented reality terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan laba selama periode bulan September-November tahun 2023 pada UMKM gedebog.idn Surabaya. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif. Data diperoleh dari data primer. Populasi penelitian terdiri dari jumlah seluruh data volume penjualan dan laba selama bulan Juni-November 2023. Pengambilan data sampel menggunakan purposive sampling dengan menggunakan sampel volume penjualan dan laba bulan September-Oktober 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk menggunakan augmented reality memiliki hasil positif terhadap peningkatan penjualan dalam rentang 26-41% dan pertumbuhan laba dalam rentang 24-28%.

Article History:

Received: July 2024

Revision: November 2024

Accepted: November 2024

Published: December 2024

Keywords:

Diversification;

Augmented Reality;

Sale;

Profit Growth;

SMES.

Sejarah Artikel

Diterima: Juli 2024

Direvisi: November 2024

Disetujui: November 2024

Diterbitkan: Desember

2024

Kata kunci:

Diversifikasi;

Augmented Reality;

Penjualan;

Pertumbuhan laba;

UMKM



How to Cite: Wulan Mel Sandy, Joni Susilowibowo. 2024. *Dampak Diversifikasi Produk Berbasis Augmented Reality Terhadap Peningkatan Penjualan dan Pertumbuhan Laba UMKM Gedebog.Idn Surabaya*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 9 (3) DOI : 10.31932/jpe.v9i3.3659



PENDAHULUAN

Sektor Industri manufaktur memiliki peran utama dalam ekonomi global dan perekonomian nasional. Dalam perekonomian nasional industri manufaktur memiliki kontribusi dalam menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) serta meningkatkan nilai tambah. Kementerian perindustrian (2019) menyatakan bahwa industri manufaktur memiliki peran penting dalam usaha meningkatkan investasi dan ekspor untuk percepatan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, industri manufaktur berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru yang dapat mengurangi angka pengangguran sehingga berdampak pada pengurangan kemiskinan.

Salah satu bagian dari industri manufaktur yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan bagian dari ekonomi negara yang secara mandiri memiliki potensi tinggi dalam rangka menciptakan kesejahteraan rakyat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab, melalui Pengembangan UMKM merupakan salah satu potensi usaha ekonomi yang diharapkan mampu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, lapangan kerja dan lapangan usaha (Pramaria, 2023). Menurut data kementerian koordinator bidang perekonomian tahun 2023 menyebutkan bahwa sektor UMKM memberikan sumbangsih PDB sebesar 61% serta mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari total semua tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena semakin pesatnya pendirian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

Berdasarkan data dari kementerian keuangan RI jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada tahun 2019 sebanyak 65,4 juta UMKM. Pertumbuhan dan perkembangan jumlah UMKM yang signifikan mengakibatkan persaingan bisnis semakin ketat. Akibat persaingan semakin tinggi dan tidak adanya inovasi usaha maka mengakibatkan penurunan penjualan yang turut berdampak pada laba yang didapatkan. Salah satu UMKM yang mengalami penurunan penjualan dan penerimaan laba yaitu UMKM gedebog.idn Surabaya. Usaha yang dilakukan yaitu memproduksi dan menjual produk kerajinan limbah pelepah pisang mulai dari tas, kotak tisu, wadah pensil, dan vas bunga. Adanya usaha sejenis yang serupa di pasar dan tidak ada inovasi yang dilakukan mengakibatkan penjualan produk mengalami penurunan pada bulan Juni- Agustus 2023 dan berakibat pada penurunan laba yang diperoleh. Hal ini disebabkan jenis produk yang dibuat telah banyak beredar di pasar dan harganya lebih terjangkau, selain itu tidak ada keunggulan produk yang dapat menarik minat pembeli. Faktor penentu yang berpengaruh dalam pertumbuhan laba adalah tingkat volume penjualan. volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar (Ginanjari, 2020). Semakin meningkat volume penjualan produk maka jumlah pendapatan turut meningkat yang akhirnya dapat membantu peningkatan pertumbuhan laba entitas. Sehingga, dengan adanya peningkatan pertumbuhan laba membantu perusahaan untuk tetap bersaing dengan entitas UMKM lainnya. laba dapat digunakan sebagai tolak ukur bagi suatu perusahaan dalam menilai efektivitas dan efisiensinya dalam melakukan aktivitasnya (Sari & Rimawan, 2020). UMKM gedebog.idn



berupaya melakukan strategi untuk dapat bertahan menghadapi persaingan, menjaga kepuasan konsumen, dan menarik minat belikonsumen baru. Strategi penting dalam menghadapi persaingan adalah dengan melakukan inovasi produk agar dapat menambah nilai suatu usaha. Salah satu strategi inovasi yang dapat dilakukan entitas usaha UMKM yaitu melalui diversifikasi produk. Diversifikasi juga dilakukan dalam rangka memperkuat keunggulan bersaing dengan kompetitor serta dalam rangka memperkecil resiko investasi (Palupi, 2019). Dalam upaya mengoptimalkan diversifikasi produk hal yang dilakukan yaitu memberikan penambahan karakter budaya Jawa Timur dan dipadukan pada sistem Augmented Reality untuk memvisualisasikan tampilan corak dan informasi budaya pada produk sebagai bentuk edukasi serta menambah nilai jual.

Augmented Reality (AR) adalah sebuah teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata (Sari et al., 2023). Augmented Reality (AR), adalah sebuah teknologi baru yang memungkinkan pengguna melihat gambar 2D (dua dimensi) menjadi gambar 3D (tiga dimensi) secara langsung dengan menggunakan smartphone, netbook, dan lain-lain (Rubianto et al., 2022). Augmented Reality merupakan sebuah konsep teknologi yang menyatukan benda dua dimensi dengan benda nyata dalam bentuk tiga dimensi yang ditampilkan secara nyata. Teknologi Augmented Reality memiliki beberapa kelebihan

salah satunya menampilkan visual dari corak atau gambar secara menarik, karena dapat menampilkan objek dan informasi secara nyata dalam bentuk tiga dimensi beserta audio-visual. Augmented Reality dapat diterapkan dalam berbagai bidang salah satunya dibidang pendidikan. Contohnya produk mainan edukatif berupa puzzle yang dihasilkan dari pemanfaatanteknologi Augmented Reality (Pratiwi et al., 2024). Augmented Reality digunakan sebagai media pembelajaran interaktif agar lebih kreatif, menarik dan inovatif (Cahyaningrum et al., 2022). Selain dibidang pendidikan, bidak usaha AR juga sangat membantu. Augmented Reality dapat digunakan untuk membantupenjual dalam mengenalkan produk lebih efektif tanpa harus menunjukkan fisik barang (Bahiyah et al., 2020). Augmented Reality ini, diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam memilih properti di Perumahan Griya Jati Kalijaga, meningkatkan minat pembeli, dan mempercepat proses penjualan (Parman et al., 2023). Adanya tambahan teknologi Augmented Reality diharapkan mampu menambah antusias konsumen untuk membeli produk kerajinan pelepas pisang Gedebog.idn.

Berdasarkan pembahasan latar belakang yang telah diuraikan, maka akan diuraikan apakah diversifikasi produk yang dilakukan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan laba UMKM gedebog.idn Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah diversifikasi produk berdampak terhadap peningkatan penjualan, serta mengetahui apakah diversifikasi produk berdampak erhadap pertumbuhan laba. Dengan variabel- variabel penelitian yang digunakan diharapkan dapat mengetahui pentingnya inovasi usaha untuk para pelaku usaha.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian



deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang telah diteliti dengan menggunakan peranan teknik-teknik. Penelitian dilakukan untuk menganalisis dan mengetahui apakah terdapat deversifikasi produk terhadap volume penjualan dan pertumbuhan laba pada UMKM gedebog.idn Surabaya. Sumber data yang digunakan merupakan data time series yang diperoleh dari laporan keuangan UMKM gedebog.idn Surabaya.

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari obyek yang merupakan perhatian dari peneliti (Suriani & Jailani, 2023). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh data volume penjualan yang dilakukan dan laba yang didapatkan oleh UMKM gedebog.idn Surabaya selama 6 bulan mulai bulan Juni-November 2023. Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data penelitian, dimana sampel adalah bagian jumlah karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2017:81). Sampel penelitian diambil menggunakan sampling kuota untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan 3 bulan data laporan penjualan dan laba rugi mulai bulan September hingga November 2023

semenjak diterapkannya diversifikasi produk. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari diversifikasi produk, peningkatan penjualan, dan pertumbuhan laba. Diversifikasi produk merupakan upaya yang dilakukan oleh entitas usaha untuk menambah atau mengembangkan produk yang telah ada sehingga produk yang dijual lebih beragam. Menurut benson dalam

Septiawati et al., 2022 Indikator diversifikasi produk antara lain 1). Desain produk merupakan kerangka gambar yang mewujudkan secara keseluruhan, diversifikasi desain produk berupa penambahan gambar budaya Jawa Timur yang divisualisasikan dengan teknologi augmented reality. 2). Ukuran produk dengan menambah jumlah ukuran produk gedebog.idn. 3). Nilai tambah produk dengan mengembangkan aplikasi gedebog.idn di palystore sebagai tambahan informasi kebudayaan Jawa Timur. 4). Jenis produk dikembangkan dengan menambah variasi produk baru seperti tas jinjing. Indikator peningkatan penjualan diukur dari ketercapaian target penjualan dengan memerhatikan unit produk yang terjual dan kenaikan jumlah penjualan.

Laba merupakan salah satu cara melihat perkembangan usaha. Laba bersig dihasilkan oleh setiap satu penjualan rupiah yang merupakan perbandingan antara laba dengan penjualan (Nurchairunisyah dan Nurulrahmatiah, 2022). Peningkatan laba dari periode ke periode dapat diukur dengan angka atau persentase yang disebut pertumbuhan laba. Pertumbuhan laba adalah perubahan persentase kenaikan laba yang diperoleh perusahaan dan dapat mencerminkan upaya perusahaan dalam meningkatkan laba bersih dari tahun sebelumnya (Saraswati & Nurhayati, 2022). Indikator untuk mengukur pertumbuhan laba menggunakan laba bersih tahun berjalan dan laba bersih tahun sebelumnya. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi teknik studi lapangan langsung atau observasi. Observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Pengamatan observasi dilakukan pada kegiatan usaha yang diteliti yaitu UMKM gedebog.idn Surabaya untuk mendapatkan data penelitian. Selain observasi dilakukan teknik



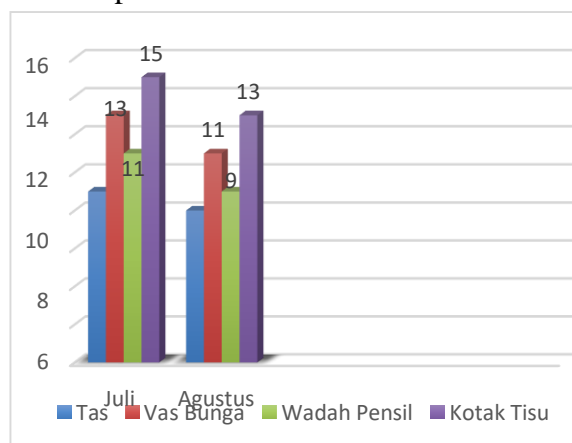
pengumpulan data dengan wawancara secara langsung kepada pemilik UMKM gedebog.Idn Surabaya dengan mengajukan beberapa pertanyaan relevan untuk mendapatkan data yang terkait dengan analisis masalah dampak diversifikasi produk terhadap volume penjualan dan pertumbuhan laba. Teknik pengumpulan data selanjutnya adalah dokumentas dan observasi. Teknik observasi ini digunakan untuk mendapatkan data penjualan dan laba UMKM gedebog.Idn Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Sebelum Diversifikasi

UMKM Gedebog.Idn merupakan usaha yang memproduksi produk

kerajinan tangan pemanfaatan limbah pelepah pisang. Rentang waktu Juli-Agustus 2023 UMKM Gedebog.Idn belum melakukan strategi diversifikasi produk dan telah memproduksi empat jenis produk terdiri dari wadah pensil, kotak tisu, vas, bunga, dan tas jinjing. Volume penjualan dan pertumbuhan laba usaha sebelum diversifikasi tidak mengalami peningkatan namun cenderung mengalami penurunan. Hal ini disebabkan jenis produk yang dibuat telah banyak beredar di pasar dan harganya lebih terjangkau, selain itu tidak ada keunggulan produk yang dapat menarik minat pembeli seperti desain produk yang monoton, ukuran produk yang tidak terlalu banyak, dan pilihan jenis produk yang belum beragam. Berikut data grafik dan tabel volume penjualan produk sebelum diversifikasi produk.



Gambar 1.

Volume Penjualan sebelum Diversifikasi

Sumber: Data Penjualan Juli-Agustus (2023)

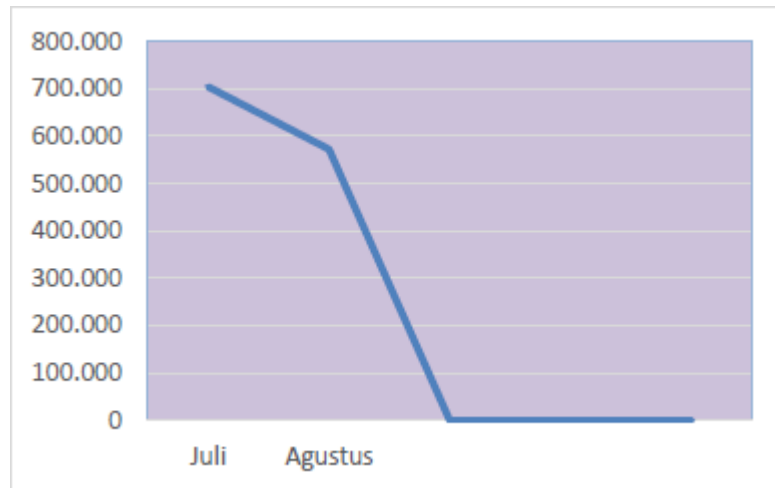
Tabel 1: Volume Penjualan sebelum Diversifikasi

Periode Penjualan	Volume Penjualan
Juli 2023	48 unit
Agustus 2023	41 unit

Sumber: Data Penjualan Juli-Agustus (2023)

Berdasarkan data tabel volume penjualan diatas dapat dibuat penghitungan mengenai tingkat persentase volume

penjualan sebelum diversifikasi sebesar -14%. Berikut data grafik pertumbuhan laba sebelum diversifikasi produk.



Gambar 2.

Pertumbuhan Laba sebelum Diversifikasi

Sumber: Data Laba bulan Juli-Agustus (2023)

Tabel 2: Jumlah Laba sebelum Diversifikasi

Periode Penjualan	Volume Penjualan
Juli 2023	Rp 705.000
Agustus 2023	Rp 573.000

Sumber: Data Laba bulan Juli-Agustus (2023)

Berdasarkan data tabel volume penjualan diatas dapat dibuat penghitungan mengenai tingkat persentase volume tingkat persentase jumlah Laba sebelum diversifikasi -18%.

Analisis Deskriptif Volume Penjualan dan Pertumbuhan Laba

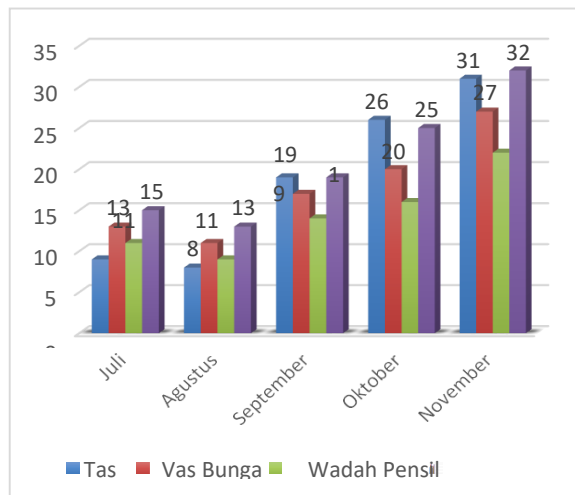
Berdasarkan data tabel volume penjualan menunjukkan rata-rata penjualan produk

sebelum adanya diversifikasi mengalami fluktuatif pada bulan Juli- Agustus 2023 dengan jumlah rata-rata volume penjualan mengalami penurunan sebesar 14%. Berdasarkan data grafik menunjukkan rata-rata pertumbuhan laba usaha sebelum adanya diversifikasi mengalami penurunan pada bulan Juli- Agustus 2023 dengan jumlah rata-rata pertumbuhan laba mengalami penurunan sebesar 18%.

Kondisi Setelah Diversifikasi

Dalam rentang waktu bulan September-November 2023 UMKM gedebog.Idn mulai melakukan strategi diversifikasi produk. Diversifikasi produk yang

dilakukan dengan membuat produk baru seperti tas jinjing dan mengembangkan produk yang sudah ada dengan menambahkan corak atau gambar budaya.



Gambar 3.

Volume Penjualan setelah Diversifikasi

Sumber: Data Penjualan September-November (2023)

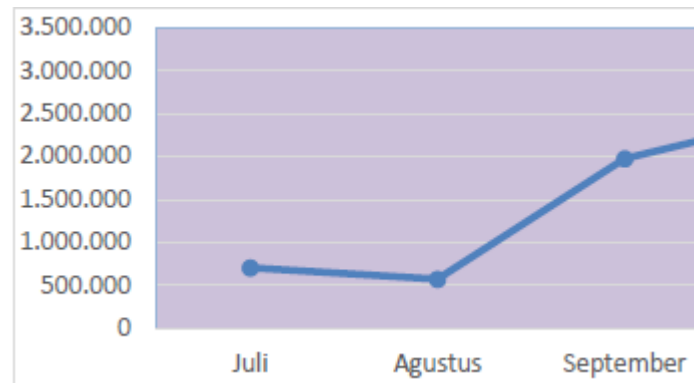
Tabel 3: Volume Penjualan setelah Diversifikasi

Periode Penjualan	Volume Penjualan
September 2023	69 unit
Oktober 2023	87 unit
November 2023	112 unit

Sumber: Data Penjualan September-November (2023).

Berdasarkan data tabel volume penjualan diatas dapat dibuat penghitungan mengenai tingkat persentase volume penjualan setelah diversifikasi sebagai

berikut: september 68%, oktober 26% dan November 28%. Berikut data grafik pertumbuhan laba setelah diversifikasi produk:



Gambar 4.

Pertumbuhan Laba setelah Diversifikasi

Sumber: Data Laba bulan September-November (2023)

Tabel 4: Jumlah Laba setelah Diversifikasi

Periode Laba	Jumlah Laba
September 2023	Rp 1.974.000
Oktober 2023	Rp 2.498.000
November 2023	Rp 3.208.000

Sumber: Data Laba bulan September-November (2023)

Berdasarkan data tabel volume penjualan diatas dapat dibuat penghitungan mengenai tingkat persentase volume penjualan setelah diversifikasi sebagai berikut: September 24%, oktober 26% dan November 28%.

Analisis Deskriptif Volume Penjualan dan Pertumbuhan Laba

Setelah diversifikasi rata-rata volume penjualan bulan September-November 2023 menunjukkan tren kenaikan penjumlahan yang positif. Kenaikan volume penjualan September sebesar 68%., pada bulan Oktober volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 26% dan pada bulan November volume penjualan mengalami kenaikan yang sebesar 28%. Setelah diversifikasi rata-

rata volume pertumbuhan laba bulan September-November 2023 menunjukkan tren kenaikan total laba yang positif. Kenaikan pertumbuhan labaSeptember sebesar 23%. Pada bulan Oktober pertumbuhan laba mengalami kenaikan sebesar 27% dan pada bulan November pertumbuhan laba mengalami kenaikan sebesar 28%.

Dampak Diversifikasi Produk terhadap Peningkatan Penjualan

Hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa diversifikasi produk yang diterapkan UMKM gedebog.idn Surabaya mampu meningkatkan penjualan sebesar 26-41% selama 3 bulan mulai September- November 2023. Diversifikasi dengan menambah produk baru dan mengembangkan produk yang telah ada mampu meningkatkan nilai tambah produk. Menurut



Aridaini *et al.*, 2022 mengatakan Diversifikasi produk adalah salah satu strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Diversifikasi produk juga bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan, nilai tambah, pemerataan resiko, mencegah monopoli pesaing (Saputra *et al.*, 2021).

Dampak Diversifikasi Produk terhadap Pertumbuhan Laba

Hasil penelitian menunjukkan apabila UMKM menerapkan strategi diversifikasi maka pertumbuhan laba dapat meningkat akibat adanya peningkatan penjualan yang berpengaruh pada penerimaan pendapatan dan laba rugi UMKM. Hal tersebut diperkuat pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Syafi'i *et al.*, 2023 yang menyatakan diversifikasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan. Selain itu, Nurmala *et al.*, 2023 juga mengatakan diversifikasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan. Diversifikasi produk yang dilakukan entitas usaha dengan benardan tepat dapat memberikan hasil yang baik terhadap pertumbuhan laba dan perkembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan apabila UMKM menerapkan strategi diversifikasi maka pertumbuhan laba dapat meningkat akibat adanya peningkatan penjualan yang berpengaruh pada penerimaan pendapatan dan laba rugi UMKM.. Diversifikasi produk yang dilakukan entitas usaha dengan benar dan tepat dapat memberikan hasil yang baik terhadap pertumbuhan laba dan perkembangan usaha.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan penghitungan persentase pada pembahasan menunjukkan bahwa kondisi tingkat penjualan dan pertumbuhan laba UMKM Gedebog.idn sebelum diversifikasi produk mengalami penurunan masing-masing sebesar 14% dan 18%. Berdasarkan analisis penelitian dapat disimpulkan diversifikasi produk berdampak terhadap peningkatan

DAFTAR PUSTAKA

- Aridaini, D., Ruaida, R., & Irsyadillah, I. (2022). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Pedagang Rotan di Lhoknga Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 5-8.
- Bahiyah, N., Sokibi, P., & Muttaqin, I. (2020). Aplikasi Pengenalan Produk Menggunakan Augmented Reality dengan Metode Marker. *Jurnal Sistem Cerdas*, 3(3), 184-191.
- Cahyaningrum, R., Junaedi, I., & Ichwan, H. (2022). Implementasi Augmented Reality Pada Media Pembelajaran Animasi 3D Sistem Pencernaan Manusia Berbasis Android. *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta*, 2(4), 337-346.
- Ginanjari, Y. (2020). Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi. *J-Aksi: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 112-123.
- Nuchairunisyah, N., & Nurulrahmatiah, N. (2022). Analisis Der Dan Npm Pada Perusahaan Sektor Kosmetik Dan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2), 58-70.
- Nurmala, N., Salmah, N. N. A., Darmawati, T., Oktariansyah, O., Hendri, E., Arafat, Y., & Saladin, H. (2023). Inovasi Usaha Melalui Diversifikasi Produk, Bahan



- Baku Dan Teknik Produksi Pada Produk Makanan Ringan “Nd. Rizky’S”. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 831-837.
- Pratiwi, Nadila Aulia dkk. (2024). Pemanfaatan Limbah Serbuk Kayu sebagai Bahan Baku Pembuatan Puzzle dengan Augmented Reality untuk Permainan dan Edukasi Budaya Indonesia. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 5(2): 232-233
- Palupi, R. A. T. (2019). Analisis Strategi Diversifikasi Varian Rasa Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan.
- Parman, S., Fahrudin, R., Lesmana, M. A., & Putra, P. S. R. (2023). Penggunaan Teknologi Augmented Reality Untuk Meningkatkan Pengalaman Pelanggan Dalam Pemasaran Produk Real Estate. *Jurnal Digit: Digital of Information Technology*, 13(2), 189-200.
- Pramaria, A. (2023). Strategi Penumbuhkembangan UMKM di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 9(1), 13-18.
- Robianto, R., Andrianof, H., & Salim, E. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality (AR) pada Perancangan Ebrochure sebagai Media Promosi Berbasis Android. *Jurnal Sains Informatika Terapan*, 1(1), 61-66.
- Saputra, Taufik. Aang Kunaifi., Siti Azizah. (2021). Diversifikasi Produk Pendekatan Islamic Ethic dalam Meningkatkan Omset Bisnis Retail. *Jurnal Studi Keislaman*. 7(1): 6-8
- Saraswati, S. A. M., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 241-254.
- Sari, N., & Rimawan, M. (2020). Efisiensi Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Bersih. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 9(2), 107-116.
- Sari, I. P., Batubara, I. H., & Basri, M. (2023). Pengenalan Bangun Ruang Menggunakan Augmented Reality sebagai Media Pembelajaran. *Hello World Jurnal Ilmu Komputer*, 1(4), 209-215.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif*. Alfabeta. Bandung.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Syafi’i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan Dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592-599.
- Syafi’i, Akhmad. Shibichah., Mulyani. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Pertumbuhan dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*. 2(6): 593-594.

