

## Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Siswa melalui Pelatihan Desain dan Digital Marketing Produk Kombucha di SMA Negeri 4 Parepare

Ghea Brigitta Dotulong<sup>1</sup>, Rosdiana Marzuki<sup>2</sup>, Pasmawati<sup>3</sup>, Muhaimin Hading<sup>4</sup>, Nur Azisah Syam<sup>5</sup>, Muzakkir<sup>6</sup>, Nurandini<sup>7</sup>, Putri Maulidiyah Bundah<sup>8</sup>, Siti Hajar<sup>9</sup>

<sup>1,3,7,8,9</sup>Bioteknologi, <sup>2</sup>Teknik Industri, <sup>4</sup>Teknik Robotika dan Kecerdasan Buatan, <sup>5,6</sup>Bisnis Digital, Institut Teknologi Bacharuddin Jusuf Habibie

Jalan Balaikota Nomor 1 Kota Parepare, Indonesia

Korespondensi: [nur.azisah.syam@ith.ac.id](mailto:nur.azisah.syam@ith.ac.id)

Received: 3 June 2026: Accepted: 15 June 2026

### ABSTRAK

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa melalui pelatihan desain dan digital marketing produk kombucha di SMA Negeri 4 Parepare. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengembangan keterampilan kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital bagi siswa sebagai bekal menghadapi perkembangan dunia usaha di era digital saat ini. Pelaksanaan kegiatan dimulai dari praktik pembuatan kombucha, kemudian pemanfaatan teknologi dalam mendesain suatu produk dalam hal ini botol untuk kombucha agar memberikan daya tarik, serta materi mengenai pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan suatu produk. Para peserta mengikuti rangkaian kegiatan secara aktif. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post test serta survei kepuasan peserta untuk mengukur tingkat pemahaman dan ketertarikan terhadap materi yang diberikan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kewirausahaan siswa yang terlihat pada peningkatan nilai rata-rata peserta dari 64,13 pada pre-test menjadi 80,00 pada post-test. Analisis menggunakan metode N-Gain juga menunjukkan bahwa rata-rata skor N-Gain peserta sebesar 0,83 atau 82,70% yang termasuk dalam kategori tinggi. Selain itu, tingginya partisipasi peserta dalam sesi diskusi menunjukkan adanya minat dan antusiasme peserta terhadap pengembangan produk kreatif dan pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa yang kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.*

**Kata kunci:** kewirausahaan; digital marketing; desain produk; kombucha.

## A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, dunia usaha dan pemasaran juga turut mengalami perubahan yang cukup signifikan. Para pelaku usaha dituntut tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, namun juga memiliki kemampuan dalam membangun desain produk serta melakukan pemasaran secara digital agar mampu bersaing di era modern ini. Agar suatu bisnis dapat bersaing dengan para kompetitornya, diperlukan suatu identitas pada produk atau jasa. Suatu merek yang kuat memiliki posisi yang dominan dalam sebuah persaingan, bila didukung dengan desain produk yang menarik. Karena desain yang menarik akan selalu teringat dalam benak konsumen (Irvanto and Sujana 2020).

Peningkatan pada desain produk dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan dari suatu produk. Sedangkan penyederhanaan desain dalam suatu produk bertujuan agar pemakaian suatu produk menjadi semakin mudah. Melalui desain produk tersebut, maka konsumen akan bisa membandingkan bahwa desain juga bisa mempengaruhi dalam melakukan keputusan pembelian (Mardatillah 2024). Hal ini sependapatan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ramadhani and Mardatillah 2024) yang menyimpulkan bahwa desain produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap PM Collection Pekanbaru, yang dimana desain produknya terdiri dari bentuk, gaya, kualitas, fitur, ketahanan, keandalan, dan mudah diperbaiki. Selain itu, (Aprilia and Darmawan 2025) juga telah melakukan penelitian dengan studi literatur yang membahas mengenai pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana kesimpulannya yaitu dengan desain yang baik menjadikan kualitas produk baik dan desain yang baik membuat pembeli merasa puas atas apa yang ditawarkan, terlebih lagi dengan kualitas produk, harga, dan citra merek yang mendukung akan membuat konsumen lebih merasa diuntungkan.

Pemahaman mengenai desain yang menarik dalam bidang kewirausahaan juga menjadi salah satu keterampilan penting yang perlu dimiliki oleh generasi muda, termasuk siswa Sekolah Menengah Atas. Kewirausahaan pada tingkat sekolah memiliki peran penting dalam menumbuhkan kreativitas, inovasi, kemampuan komunikasi, serta kemandirian siswa. Melalui pembelajaran kewirausahaan, siswa tidak hanya memahami konsep bisnis secara teoritis, namun juga mengembangkan ide usaha yang bernilai ekonomis. Namun, dalam praktiknya masih banyak siswa yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan mengenai desain produk serta strategi pemasaran digital yang efektif. Padahal, kemampuan tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Salah satu produk yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai media pembelajaran kewirausahaan adalah kombucha. Kombucha merupakan minuman fermentasi

berbahan dasar teh yang dihasilkan melalui aktivitas mikroorganisme simbiotik antara bakteri dan ragi, yang dikenal sebagai *Symbiotic Culture of Bacteria and Yeast* (SCOBY). Dalam beberapa tahun terakhir, kombucha mengalami peningkatan popularitas secara global seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap produk alami dan minuman fungsional. Tren gaya hidup sehat yang berkembang, terutama pada generasi muda, semakin mendorong permintaan terhadap minuman fermentasi rendah gula dan kaya probiotik seperti kombucha (Jayabalan et al. 2014).

Peluang pengembangan kombucha cukup pesat, hal ini disebabkan bahan baku seperti dan gula yang mudah didapatkan (Faizah et al. n.d.). Selain itu, kesadaran masyarakat dalam mendukung produk lokal yang memiliki nilai kesehatan dan ekonomis juga semakin meningkat. Namun, meski potensi kombucha cukup besar, pemanfaatannya di lingkungan sekolah, khususnya pada tingkat menengah masih terbatas. Padahal, praktik pembuatan kombucha dapat menjadi salah satu media pembelajaran bioteknologi sederhana yang menarik dan mudah dipahami siswa serta relevan dengan konteks keseharian mereka. Selain mudah diproduksi, produk kombucha juga dapat dikembangkan melalui desain kemasan, dan strategi branding yang menarik sehingga cocok dijadikan sarana pembelajaran kewirausahaan bagi siswa.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan guru pendamping di SMAN 4 Parepare, diketahui bahwa siswa memiliki minat tinggi terhadap kegiatan sains terapan dan kewirausahaan. Namun belum memahami penerapan bioteknologi sederhana ini dalam kehidupan sehari-hari, seperti fermentasi minuman kombucha. Pemahaman mengenai fermentasi secara teori sudah mereka dapatkan dalam mata pelajaran Biologi, namun untuk praktik langsung belum pernah dilakukan. Selain itu, diketahui bahwa siswa belum memiliki keterampilan yang memadai dalam merancang desain kemasan dan media promosi produk yang menarik. Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran juga masih terbatas, hal ini terlihat dari rendahnya kemampuan siswa dalam membuat konten promosi, mengelola sosial media, serta menyusun strategi pemasaran digital untuk produk yang dihasilkan. Kondisi tersebut menyebabkan produk hasil kreativitas siswa belum memiliki nilai tambah dan daya saing yang optimal apabila dikembangkan menjadi produk kewirausahaan. Sedangkan dalam era *Society 5.0*, bisnis dituntut untuk mengadopsi strategi bisnis yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan kecerdasan buatan (Haryanto et al. n.d.). Hasil penelitian (Fifian n.d.) mengatakan bahwa strategi pemasaran digital yang digunakan, terutama melalui platform media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram, dan WhatsApp, serta siaran langsung di TikTok, menandai transisi pemasaran yang sukses ke dunia digital.

Melalui program pengabdian masyarakat yang bertajuk “Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Siswa melalui Pelatihan Desain dan Digital Marketing Produk Kombucha di SMA Negeri 4 Parepare”, diharapkan siswa mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan melalui pemahaman serta keterampilan dalam pembuatan fermentasi minuman kombucha serta cara mendesain dan memasarkan secara digital produk kombucha tersebut. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan kreativitas, inovasi, dan jiwa technopreneurship siswa sehingga mereka mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

## **B. METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Jumat, 21 November 2025 bertempat di SMAN 4 Parepare. Kegiatan ini dilakukan oleh 29 siswa/siswi yang merupakan perwakilan dari siswa yang memiliki minat pada kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu ceramah/pemaparan materi, demonstrasi serta diskusi dan tanya jawab, yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta secara komprehensif.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan. Tahapan tersebut dimulai dari perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan yang di jabarkan sebagai berikut:

### **1. Tahap perencanaan**

Pada tahap ini dilaksanakan dengan melakukan survei untuk mendapatkan informasi tentang lokasi dan permasalahan mitra yang memang belum pernah diadakan pendampingan yang serupa. Selanjutnya, dalam tahapan ini juga dilakukan pembentukan tim sebanyak 7 (orang) orang yang selanjutnya melakukan penyusunan proposal kegiatan PKM.

### **2. Tahap persiapan**

Pada tahap ini diawali dengan penentuan lokasi kegiatan yang telah disepakati bersama akan akan dilaksanakan di SMAN 4 Kota Parepare untuk selanjutnya dilakukan koordinasi dengan pihak SMAN 4 Kota Parepare untuk mendapatkan izin pelaksanaan dan menentukan jadwal kegiatan. Melalui koordinasi ini disepakati tentang jadwal dan lokasi ruangan yang akan digunakan nantinya. Persiapan selanjutnya adalah menyiapkan materi yang mana tiap orang dalam team akan membuat materi yang akan dibawakan.

### **3. Tahap pelaksanaan**

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yang digunakan adalah metode Service Learning (SL), yaitu metode pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan antara ilmu

pengetahuan yang diperoleh selama proses pembelajaran kemudian diimplementasikan ke komunitas masyarakat untuk dapat memberikan dampak secara langsung bagi mitra terkait (Pandanwangi et al., 2023). Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi dan edukasi mengenai Kombucha, meliputi pengenalan manfaat, proses pembuatan, dan peluang bisnis minuman fermentasi di kalangan generasi muda. Kegiatan berikutnya adalah pelatihan inovasi produk Kombucha, di mana siswa didorong mengembangkan ide kreatif terkait varian rasa, konsep brand, serta narasi produk (product storytelling). Selanjutnya, dilakukan workshop desain kemasan dan branding produk. Siswa dilatih membuat logo, label, warna brand, serta mockup desain kemasan menggunakan aplikasi desain digital. Desain kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya tarik visual produk (Ampuero & Vila, 2006). Tahap terakhir adalah pelatihan strategi pemasaran digital, di mana siswa dibimbing membuat konten promosi seperti poster digital, foto produk, dan caption pemasaran yang menarik. Tahap ini bertujuan menumbuhkan kreativitas dan jiwa kewirausahaan, sesuai dengan prinsip inovasi berbasis desain (Brown, 2009).

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan melalui tiga metode utama, yaitu ceramah/pemaparan materi, demonstrasi dan praktikum, serta diskusi dan tanya jawab yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta secara komprehensif.



Gambar 1. Dokumen Pasca Pengabdian

# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui beberapa rangkaian acara yang diantaranya yaitu: 1) memberikan pre-test kepada peserta, 2) pemaparan materi mengenai proses pembuatan kombucha, design, dan digital marketing, 3) selanjutnya sesi diskusi untuk mengetahui pemahaman peserta pengabdian terhadap kegiatan pengabdian, dan 4) sesi terakhir yakni memberikan post test.

Adapun proses penyampaian materi, meliputi:

1. Pengenalan dan proses pembuatan kombucha, mulai dari bahan baku, tahapan fermentasi hingga aspek keamanan pangan.
2. Dasar-dasar desain produk, meliputi pembuatan logo, pemilihan warna, tipografi, dan desain kemasan kombucha yang menarik serta bernilai jual.
3. Strategi digital marketing, khususnya pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi produk secara efektif dan efisien.



Gambar 2. Pemaparan Materi Proses Pembuatan Kombucha, Design, dan Digital Marketing

# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

Keberhasilan dari kegiatan program ini dilihat dari tingkat pemahaman siswa mengenai desain dan digital marketing pada produk kombucha yang tergambar pada diagram di bawah ini Tabel di bawah ini.

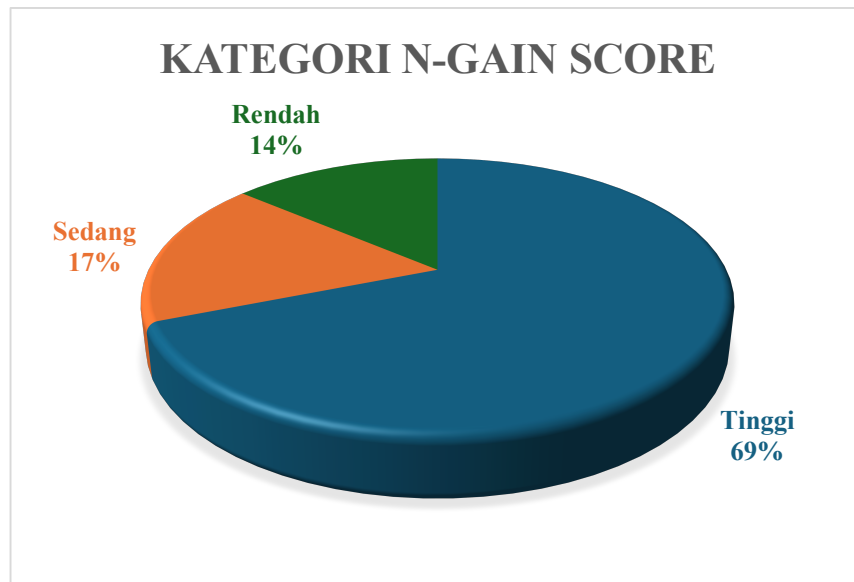
Tabel 1. Hasil Pretest dan Posttest Peserta Kegiatan di SMAN 4 Parepare

No	Nama	Pretest	Posttest	Skor N-Gain	Skor N-Gain (%)	Kategori
1	Siswa 1	80	100	1	100	Tinggi
2	Siswa 2	80	80	0	0	Rendah
3	Siswa 3	80	100	1	100	Tinggi
4	Siswa 4	80	100	1	100	Tinggi
5	Siswa 5	80	100	1	100	Tinggi
6	Siswa 6	80	100	1	100	Tinggi
7	Siswa 7	60	80	0.5	50	Sedang
8	Siswa 8	60	100	1	100	Tinggi
9	Siswa 9	60	100	1	100	Tinggi
10	Siswa 10	80	80	0	0	Rendah
11	Siswa 11	80	100	1	100	Tinggi
12	Siswa 12	80	100	1	100	Tinggi
13	Siswa 13	80	80	0	0	Rendah
14	Siswa 14	40	80	0.67	66.67	Sedang
15	Siswa 15	60	100	1	100	Tinggi
16	Siswa 16	80	100	1	100	Tinggi
17	Siswa 17	40	100	1	100	Tinggi
18	Siswa 18	60	80	0.5	50	Sedang
19	Siswa 19	60	80	0.5	50	Sedang
20	Siswa 20	20	100	1	100	Tinggi
21	Siswa 21	40	80	0.67	66.67	Sedang
22	Siswa 22	60	100	1	100	Tinggi
23	Siswa 23	80	100	1	100	Tinggi
24	Siswa 24	60	100	1	100	Tinggi
25	Siswa 25	60	100	1	100	Tinggi
26	Siswa 26	60	100	1	100	Tinggi
27	Siswa 27	40	100	1	100	Tinggi
28	Siswa 28	40	100	1	100	Tinggi
29	Siswa 29	80	80	0	0	Rendah
	Rata-Rata	<b>64.13</b>	<b>80</b>	<b>0.83</b>	<b>82.70</b>	

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test pada 29 peserta, dapat diketahui bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta. Hal ini terlihat dari peningkatan nilai rata-rata peserta dari 64,13 pada pre-test menjadi 80,00 pada post-test. Analisis menggunakan metode N-Gain juga menunjukkan bahwa rata-rata skor N-Gain peserta sebesar 0,83 atau 82,70% yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diberikan kepada peserta didik SMAN 4 Parepare sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

Peningkatan pemahaman peserta tidak terlepas dari metode demonstrasi yang digunakan selama kegiatan berlangsung. Metode ini memungkinkan peserta untuk memperoleh pemahaman secara lebih komprehensif karena materi tidak hanya disampaikan secara teoritis, tetapi juga disertai dengan praktik dan demonstrasi langsung. Pada kegiatan ini, peserta dilibatkan secara aktif dalam praktik pembuatan kombucha sehingga dapat memahami setiap tahapan proses produksi secara langsung. Selain itu, peserta juga memperoleh pelatihan pembuatan desain produk menggunakan platform Canva yang bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan kemampuan mereka dalam menghasilkan media promosi yang menarik. Kegiatan ini turut dilengkapi dengan pengenalan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Peserta diberikan pemahaman bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan dan komunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi dan pengembangan usaha apabila digunakan secara efektif dan strategis. Melalui kombinasi antara penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung, peserta mampu memahami serta mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama kegiatan pelatihan.

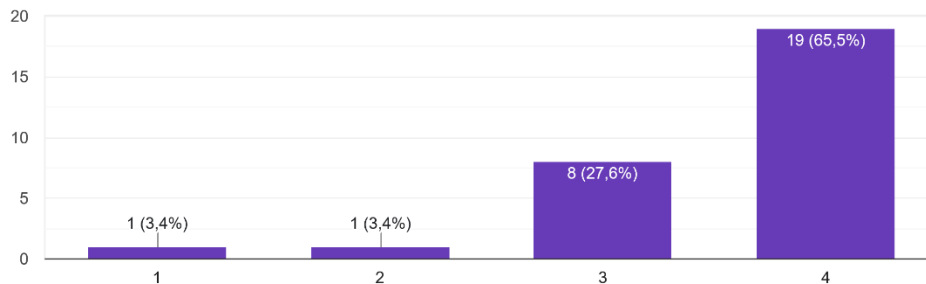
Hasil ini juga menunjukkan bahwa sebanyak 20 siswa (69%) berada pada kategori peningkatan tertinggi, 5 siswa (17%) berada pada kategori sedang, dan terdapat 4 siswa (14%) yang berada pada kategori rendah. Dominasi kategori tinggi menunjukkan bahwa mayoritas siswa mampu memahami materi yang diberikan setelah mengikuti kegiatan pelatihan desain dan digital marketing untuk produk kombucha.



Gambar 3. Analisis Nilai N-Gain dari Hasil Pretest dan Posttest

Hal ini didukung oleh survei yang sudah diisi oleh para peserta didik yang membahas mengenai ketertarikan dalam menjual produk pangan fermentasi jika diberi kesempatan yang terlihat pada gambar 4. Berdasarkan diagram tersebut, dapat dijelaskan bahwa responden menunjukkan minat yang tinggi terhadap penjualan produk pangan fermentasi. Hal ini terlihat dari sebanyak 19 responden (65,5%) memberikan nilai 4 yang menunjukkan tingkat persetujuan tertinggi. Selain itu, terdapat 8 responden (27,6%) yang memberikan nilai 3, sehingga secara keseluruhan sebagian besar responden memiliki pandangan positif terhadap peluang menjual produk pangan fermentasi. Sementara itu, hanya 1 responden atau 3,4% yang memberikan nilai 2 dan 1, yang menunjukkan bahwa sangat sedikit responden yang kurang tertarik terhadap kegiatan penjualan produk pangan fermentasi.

Saya tertarik menjual produk pangan fermentasi jika diberi kesempatan  
29 jawaban



Gambar 4. Survei ketertarikan menjual pangan fermentasi jika diberi kesempatan

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar yang dapat dilihat dari tingkat ketertarikan para peserta terhadap materi yang cukup baik dan didukung oleh tingginya minat para peserta yang terlihat dari hasil survei yang telah dilakukan. Dengan demikian dapat diharapkan bahwa kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan bisa memberikan pemahaman dan keterampilan baru diluar mata pelajaran siswa SMA Negeri 4 Parepare. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, serta kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Melalui pelatihan pembuatan dan pemasaran produk kombucha ini, siswa memperoleh pengalaman praktik yang dapat menjadi bekal dalam menciptakan peluang usaha secara mandiri di masa depan.

#### D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA Negeri 4 Parepare telah berhasil meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa. Hal ini terlihat dari peningkatan nilai rata-rata peserta dari 64,13 pada pre-test menjadi 80,00 pada post-test. Analisis menggunakan metode N-Gain juga menunjukkan bahwa rata-rata skor N-Gain peserta sebesar 0,83 atau 82, 70% yang termasuk dalam kategori tinggi. Serta hasil dari survei yang telah diisi oleh para peserta mengenai materi yang telah dibahas. Selain itu, para peserta juga sangat aktif dalam sesi diskusi yang dilakukan di akhir kegiatan, yang sebagian besar sangat tertarik untuk merancang atau mendesain suatu produk serta keingintahuan mengenai pemanfaatan digital dalam memasarkan sebuah produk yang baru seperti kombucha ini.

Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan siswa SMA Negeri 4 Parepare bisa mengembangkan kompetensi kewirausahaan yang dimiliki. Khususnya

dalam menciptakan produk kreatif dan inovatif yang dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang sangat pesat sekarang ini. Kegiatan serupa juga disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan materi yang lebih luas, seperti strategi branding, pengelolaan keuangan usaha, hingga pemasaran digital berbasis marketplace agar siswa memiliki kesiapan sejak dini dalam menghadapi dunia usaha dan industri di era digital.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Ampuero O, Vila N. Consumer perceptions of product packaging. *J Consum Mark.* 2006;23(2):100–112. doi:10.1108/07363760610655032
- Aprilia, Eliya Putri, and Didit Darmawan. 2025. "Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik."
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation.* New York: HarperCollins.
- Faizah, Anis Khairunnisa, Nurul Latifasari, and Ajeng Dyah Kurniawati. "Kombucha Dan Sifat Fungsionalnya: Studi Pustaka."
- Fifian. "Penerapan Digital MArketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah."
- Haryanto, Rudy, Setiawan Arief, R Nurhayati, I Gede Agus Mertayasa, and Aat Ruchlat Nugraha. "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review."
- Irvanto, Ogy, and Sujana. 2020. "Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor)." *Customer Buying Intention and Product's Attributes* 8(2): 105–26.
- Jayabalan, Rasu, Radomir V Malbaša, Eva S Lončar, Jasmina S Vitas, and Muthuswamy Sathishkumar. 2014. "A Review on Kombucha Tea-Microbiology, Composition, Fermentation, Beneficial Effects, Toxicity, and Tea Fungus." *Comprehensive reviews in food science and food safety* 13(4): 538–50. doi:10.1111/1541-4337.12073.
- Mardatillah, Andi Mahdiana. 2024. "Pengaruh Desain Produk Dalam Minat Beli Konsumen Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Prodak Miniso The Influence of Product Design on Consumer Purchase Interest to Increase Sales at Miniso Products." 3(2): 87–94.



# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

Ramadhani, Novi Suci, and Annisa Mardatillah. 2024. "Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PM Collection Pekanbaru." 4(1): 1–7.