



Peningkatan Selling Value Produk Kreatif Syariah pada Desa Paran Padang

Annida Karima Sovia¹, Ella Zefriani Lisna Nasution², Syarifah Isnaini³, Fatahuiddin
Aziz Siregar⁴, Delima Sari Lubis⁵, Intan Purnama⁶, Ade Annisa Mora⁷, Adha
Edwardsyah⁸

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8} Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan,
Indonesia

ABSTRACT

This community service activity was motivated by the potential of local commodities in Paran Padang Village, Sipirok District, such as cassava-based opak crackers, tape-based products, Sipirok rice, and Sipirok woven fabric, which are not yet supported by adequate packaging and visual identity. The activity aimed to increase the selling value of sharia creative products through packaging design assistance for MSME actors. It was carried out on 5, 6, and 20 September 2026 using socialization, training, and mentoring methods, followed by the development of a prototype of a modern packaging design for bolu tape. Evaluation was conducted through [evaluation technique, such as pre-test and post-test]. The results show that MSME actors gained practical understanding and a concrete example that they can independently replicate for other commodities. The activity concludes that packaging, rather than raw material quality, is the main challenge for MSME actors. This assistance has the potential to increase the selling value and widen the market reach of MSME products. It is also expected to encourage MSME actors to independently replicate professional packaging standards for other commodities.

Keywords: Selling Value, Packaging Design, MSME, Sharia Creative Products, Community Service

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilatarbelakangi oleh potensi komoditas lokal Desa Paran Padang, Kecamatan Sipirok, seperti kerupuk opak ubi, olahan tape, beras Sipirok, dan kain tenun khas Sipirok, yang belum diimbangi dengan kemasan dan identitas visual yang memadai. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan nilai jual (selling value) produk kreatif syariah melalui pendampingan desain kemasan bagi pelaku UMKM. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 5, 6, dan 20 September 2026 dengan metode sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dan dilanjutkan dengan pembuatan contoh nyata (prototyping) desain kemasan modern pada produk bolu tape. Evaluasi dilakukan melalui [teknik evaluasi, seperti pre-test dan post-test]. Hasil kegiatan menunjukkan pelaku UMKM

memperoleh pemahaman dan contoh praktis yang dapat di replikasi secara mandiri untuk komoditas lainnya. Simpulan kegiatan ini adalah kemasan merupakan persoalan utama para pelaku UMKM, bukan kualitas bahan baku. Pendampingan ini berpotensi meningkatkan nilai jual dan memperluas jangkauan pasar produk UMKM. Pendampingan ini diharapkan mendorong pelaku UMKM mereplikasi standar kemasan profesional secara mandiri untuk komoditas lainnya.

Kata kunci: Selling Value, Desain Kemasan, UMKM, Produk Kreatif Syariah, Pengabdian Masyarakat

Received: 01.07.2026	Revised: 01.08.2026	Accepted: 01.09.2026	Available online: 08.10.2026
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

Suggested citation:

Sovia, A. K., Nasution, E. Z. L., Isnaini, S., Siregar, F. A., Lubis, D. S., Purnama, I., Mora, A. A., & Edwardsyah, A. (2026). Peningkatan Selling Value Produk Kreatif Syariah pada Desa Paran Padang. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 316-324. DOI: 10.24235/dimasejati.51.000

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama penopang stabilitas dan keberlanjutan perekonomian masyarakat pedesaan. Di era akselerasi industri dan persaingan pasar yang semakin kompetitif, daya saing suatu produk lokal tidak lagi hanya ditentukan oleh cita rasa atau kualitas bahan baku semata, melainkan sangat dipengaruhi oleh aspek visual dan identitas kemasan (*packaging*). Kemasan produk saat ini telah bertransformasi dari sekadar wadah pelindung (*protective function*) menjadi instrumen komunikasi pemasaran (*promotional function*) yang memberi nilai tambah (*added value*), memperkuat *branding*, serta mendongkrak nilai ekonomis produk secara signifikan. Desa Paran Padang merupakan salah satu desa percontohan berprestasi yang telah mendapatkan penghargaan dari pemerintah atas keberhasilannya dalam pengelolaan dan pengembangan usaha masyarakat. Desa ini memiliki beragam komoditas lokal yang potensial, mulai dari produk olahan pangan seperti kerupuk opak berbasis ubi dan olahan tape (termasuk bolu tape), hingga produk komoditas khas seperti beras Sipirok dan kain tenun khas Sipirok. Potensi komoditas yang melimpah ini menjadi modal sosial dan ekonomi yang sangat strategis bagi kemandirian warga desa.

Meskipun memiliki keunggulan dari sisi kualitas bahan baku dan kearifan lokal, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Paran Padang masih menghadapi kendala krusial pada aspek diferensiasi produk dan visualisasi kemasan. Berdasarkan observasi lapangan, mayoritas produk olahan pangan maupun kerajinan masih dikemas menggunakan material konvensional dan polos tanpa identitas visual, label, maupun standar informasi produk yang memadai. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya tarik visual produk di mata konsumen modern, terbatasnya jangkauan distribusi pasar di luar area lokal, serta belum optimalnya nilai jual (margin keuntungan) yang diperoleh oleh para pelaku usaha. Sejumlah kegiatan PkM terdahulu menunjukkan bahwa pendampingan desain kemasan dan identitas visual berperan dalam memperkuat daya saing produk UMKM, baik melalui pelatihan dan pendampingan kemasan (Badri, Pratisti, & Putri, 2022; Soedarso, Utomo, Suryani, Endarko, & Ahmad, 2023; Sudaryanti, Bastomi,

& Sholehuddin, 2022), pengembangan prototipe kemasan inovatif (Abdullah et al., 2026), diversifikasi dan inovasi kemasan pada berbagai komoditas (Al Ardi, Nadhirah, Saadillah, Kurniawati, & Eka, 2024; Hayati, Putri, & Suwarsi, 2020; Ratnayani, Wahyu, Riyadi, & Agestika, 2023), maupun penguatan *branding* melalui desain logo dan label (Amin, Angge, Ahmad, & Hidayatno, 2025; Firdaus, Hidayat, Arifah, Awan, & Zulkarnain, 2025). Namun, kegiatan-kegiatan tersebut umumnya berfokus pada pelatihan desain atau pembuatan logo pada komoditas tertentu, dan belum mengaitkan penguatan nilai jual dengan prinsip produk kreatif syariah serta komoditas khas Sipirok. Kebaruan kegiatan ini terletak pada perpaduan pendampingan desain kemasan dengan pembuatan contoh nyata (*prototyping*) pada produk bolu tape, yang dilandasi pendekatan antroposentris dan ekosentris, dalam konteks potensi lokal Desa Paran Padang.

Meretas permasalahan tersebut, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pada tanggal 5, 6, dan 20 September 2026 di Desa Paran Padang. Pelaksanaan PkM ini dirancang untuk mendampingi para pelaku UMKM setempat dalam merancang desain kemasan produk yang lebih adaptif, estetis, dan bernilai jual tinggi. Pilihan tema pendampingan ini memiliki relevansi linier dengan kurikulum mata kuliah di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (seperti Pemasaran Islam, Komunikasi Pemasaran, serta Manajemen Operasional). Selain itu, kegiatan ini terintegrasi dengan Rencana Strategis (Renstra) PkM lembaga serta mengejawantahkan Visi-Misi Program Studi yang berlandaskan pada pendekatan antroposentris dan ekosentris. Antroposentris berfokus pada pemuliaan dan pemberdayaan kapasitas sumber daya manusia (pelaku UMKM) guna meningkatkan kualitas hidup dan taraf ekonomi masyarakat. Adapun ekosentris berfokus pada keberlanjutan pemanfaatan potensi komoditas lokal serta menciptakan ekosistem bisnis yang harmonis dan ramah lingkungan.

Sebagai langkah konkret dan intervensi terukur dari rangkaian PkM ini, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan merancang program tindak lanjut berupa pemberian contoh nyata (*piloting project/prototyping*) desain kemasan modern khusus pada produk bolu tape, salah satu olahan tape unggulan masyarakat setempat. Melalui percontohan ini, diharapkan terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan secara praktis, sehingga para pelaku UMKM di Desa Paran Padang mampu mereplikasi dan mengadopsi standar kemasan profesional secara mandiri untuk berbagai komoditas lainnya. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan nilai jual (*selling value*) produk kreatif syariah di Desa Paran Padang melalui pendampingan perancangan desain kemasan bagi pelaku UMKM dan pemberian contoh nyata (*prototyping*) kemasan modern pada produk bolu tape.

BAHAN DAN METODE

Khalayak sasaran dan lokasi kegiatan

Kegiatan PkM dilaksanakan di Desa Paran Padang, Kecamatan Sipirok. Khalayak sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM di desa tersebut, yaitu 27 orang pelaku usaha dengan komoditas kerupuk opak ubi, olahan tape/bolu tape, beras Sipirok, dan tenun

khas sipirok. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga hari, yaitu tanggal 5, 6, dan 20 September 2026, dengan rincian pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Tanggal	Kegiatan	Keterangan
5 September 2026	Pertemuan dengan Perangkat Desa	Observasi awal dan perumusan permasalahan pada lokasi pengabdian
6 September 2026	Pendampingan melalui sosialisasi	Pemaparan materi oleh narasumber dan sesi diskusi dengan masyarakat pelaku UMKM
20 September 2026	Pendampingan melalui praktek	Pelatihan praktek kemasan modern dengan narasumber

Metode dan tahapan kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendidikan masyarakat dengan cara sosialisasi memaparkan materi), advokasi (pendampingan), dan simulasi/percontohan. Tahapan kegiatan meliputi: (1) persiapan dan observasi awal terhadap kondisi kemasan produk UMKM; (2) pelaksanaan pelatihan/pendampingan desain kemasan; (3) pembuatan contoh nyata (*prototyping*) desain kemasan modern pada produk bolu tape; dan (4) evaluasi kegiatan. Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk melihat keaktifan dan antusiasme peserta dalam sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Wawancara dilakukan kepada 27 orang pelaku UMKM setelah kegiatan untuk mengetahui pemahaman mereka tentang fungsi kemasan serta tanggapan mereka terhadap prototipe kemasan bolu tape. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan cara mereduksi data, menyajikan data, dan menarik simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi awal kondisi kemasan produk UMKM

Observasi lapangan dilakukan terhadap produk UMKM Desa Parang Padang, yaitu kerupuk opak berbasis ubi, olahan tape (termasuk bolu tape), beras Sipirok, dan kain

tenun khas Sipirok. Observasi difokuskan pada bahan kemasan, identitas visual, label, dan kelengkapan informasi produk. Ringkasan temuan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Observasi Kondisi Kemasan Produk UMKM

Komoditas	Kondisi kemasan saat observasi	Dampak
Kerupuk opak ubi	Kemasan konvensional dan polos, tanpa identitas visual dan label	Daya tarik visual rendah
Olahan tape (bolu tape)	Kemasan konvensional dan polos, tanpa standar informasi produk	Sulit dibedakan dari produk sejenis
Beras Sipirok	Kemasan konvensional tanpa label dan informasi produk	Jangkauan pasar terbatas pada area lokal
Kain tenun khas Sipirok	Disajikan polos tanpa label dan identitas produk	Nilai jual (margin) belum optimal

Temuan observasi menunjukkan bahwa mayoritas produk olahan pangan maupun kerajinan masih dikemas menggunakan material konvensional dan polos tanpa identitas visual, label, maupun standar informasi produk yang memadai. Kondisi ini sejalan dengan laporan kegiatan PkM lain yang menempatkan kemasan yang kurang menarik dan kurang informatif sebagai kendala pemasaran UMKM (Badri et al., 2022; Sudaryanti et al., 2022). Dari sisi dampak, kemasan yang polos membuat daya tarik visual produk rendah di mata konsumen modern, jangkauan distribusi terbatas pada area lokal, dan nilai jual (margin keuntungan) belum optimal. Padahal, produk-produk tersebut memiliki keunggulan dari sisi kualitas bahan baku dan kearifan lokal. Hasil observasi menunjukkan bahwa mayoritas produk masih dikemas menggunakan material konvensional dan polos tanpa identitas visual, label, maupun standar informasi produk yang memadai. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya tarik visual produk di mata konsumen modern, terbatasnya jangkauan distribusi pada area lokal, serta belum optimalnya nilai jual (margin keuntungan). Padahal, produk-produk tersebut memiliki keunggulan dari sisi kualitas bahan baku dan kearifan lokal.

Pelaksanaan pendampingan

Kegiatan PkM dilaksanakan dalam tiga hari. Pada hari pertama, 5 September 2026, dilakukan observasi awal dengan perangkat desa untuk perumusan permasalahan pada lokasi pengabdian mengenai pentingnya kemasan sebagai alat pemasaran, yang mencakup fungsi kemasan, identitas visual, dan informasi produk. Perangkat desa sangat antusias untuk mengikuti kegiatan ini. Pada hari kedua, 6 September 2026, dilakukan pelatihan dan pendampingan dengan sosialisasi perancangan desain kemasan. Materi meliputi unsur desain kemasan, pemilihan warna, logo, dan label. Peserta juga berdiskusi secara langsung dengan narasumber mengenai rancangan kemasan produk dan dengan pendampingan tim PkM. Pada hari ketiga, 20 September 2026, tim PkM mempresentasikan] contoh nyata (*prototype*) desain kemasan modern pada produk bolu tape kepada pelaku UMKM dan menjelaskan konsep serta cara mereplikasinya. Para pelaku UMKM memberikan tanggapan positif/menyampaikan masukan terhadap prototipe tersebut, para pelaku UMKM juga langsung mempraktekkan bagaimana membuat packaging dengan baik dan mempelajari prosedur pendaftaran label halal bagi usaha yang belum mendapatkan label halal.

Konsep desain kemasan bolu tape

Prototipe kemasan dirancang untuk bolu tape, salah satu olahan tape unggulan Desa Paran Padang. Perancangan mengacu pada tiga fungsi kemasan, yaitu melindungi produk (*protective function*), mengomunikasikan produk (*promotional function*), dan memberi nilai tambah (*added value*). Konsep desain diuraikan sebagai berikut.

Identitas visual dan warna

Identitas visual dirancang melalui nama merek “bolu rumahan” dan logo yang sederhana serta mudah diingat, sehingga produk dapat dibedakan dari produk sejenis. Palet warna menggunakan coklat hangat dan krem untuk memberi kesan manis, hangat, dan tradisional yang sesuai dengan karakter bolu tape, dipadukan dengan tipografi yang tegas dan mudah dibaca.

Unsur kearifan lokal

Kemasan memuat unsur lokal Sipirok, misalnya motif tenun khas Sipirok sebagai pola atau ornamen, agar produk memiliki identitas daerah yang kuat. Pendekatan ini sejalan dengan upaya penguatan identitas lokal melalui desain kemasan pada kegiatan PkM sejenis (Abdullah et al., 2026; Wulandari & Indraswari, 2023) dan selaras dengan pendekatan ekosentris Program Studi, yaitu pemanfaatan potensi komoditas lokal secara berkelanjutan.

Informasi produk dan nilai syariah

Label dirancang memuat informasi produk yang memadai, yaitu nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal produksi/kedaluwarsa, dan kontak pemesanan, serta ruang untuk logo halal apabila telah tersertifikasi. Penyajian informasi yang jelas dan jujur mendukung prinsip pemasaran Islam, yaitu kejujuran dan transparansi kepada konsumen (Alserhan, 2010, 2011).

Bahan dan fungsi pelindung

Bahan kemasan dipilih agar melindungi produk dari benturan dan kelembapan, mudah diperoleh, terjangkau, dan ramah lingkungan. Pertimbangan ramah lingkungan ini sejalan dengan pendekatan ekosentris yang menjadi landasan kegiatan. Hasil observasi menunjukkan bahwa persoalan utama pelaku UMKM Desa Paran Padang terletak pada diferensiasi dan visualisasi kemasan, bukan pada kualitas bahan baku. Temuan ini sejalan dengan berbagai kegiatan PkM yang menempatkan kemasan sebagai faktor penting dalam daya saing produk UMKM (Abdullah et al., 2026; Badri et al., 2022; Soedarso et al., 2023). Pendampingan yang disertai contoh nyata (*prototyping*) dipilih agar pelaku UMKM memperoleh gambaran konkret yang dapat direplikasi secara mandiri. Pendekatan serupa digunakan pada pengembangan prototipe kemasan di Kelurahan Matabubu, yang melaporkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya desain kemasan (Abdullah et al., 2026). Penguatan identitas melalui desain logo dan label juga dikembangkan sebagai upaya meningkatkan kemampuan dan nilai tambah produk UMKM (Amin et al., 2025; Firdaus et al., 2025).



Gambar 1. Prototipe desain kemasan bolu tape

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Paran Padang yang dilaksanakan pada tanggal 5, 6, dan 20 September 2026 telah menjawab tujuan untuk meningkatkan nilai jual produk kreatif syariah melalui pendampingan desain kemasan bagi pelaku UMKM. Hasil observasi terhadap 27 pelaku UMKM menunjukkan bahwa persoalan utama bukan terletak pada kualitas bahan baku, melainkan pada kemasan produk yang masih konvensional, polos, serta belum memiliki identitas visual, label, dan informasi produk yang memadai. Melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pemahaman tentang peran kemasan sebagai alat pemasaran, serta contoh nyata (*prototype*) kemasan bolu tape bermerek "Bolu Rumahan" yang memadukan identitas visual, unsur kearifan lokal Sipirok, dan informasi produk yang lebih lengkap. Kemasan ini berpotensi meningkatkan daya tarik, nilai jual, dan jangkauan pasar produk, serta dapat direplikasi secara mandiri untuk komoditas lainnya. Untuk kegiatan selanjutnya disarankan adanya pendampingan lanjutan agar pelaku UMKM dapat menerapkan desain kemasan pada komoditas lain, seperti kerupuk opak ubi, beras Sipirok, dan kain tenun khas Sipirok. Selain itu, perlu dilakukan pengukuran dampak penjualan dan pendapatan setelah kemasan baru digunakan, serta pendampingan terkait perizinan dan sertifikasi halal agar produk semakin siap bersaing di pasar yang lebih luas.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Paran Padang, Kecamatan Sipirok, yang telah menerima dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada 27 pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Penghargaan yang sama diberikan kepada Program Studi

Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, [serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) UIN SYAHADA Padangsidempuan] atas dukungan [moral dan finansial] sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih pula kepada tim dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan ini.

REFERENSI

- Abdullah, W. G., Mihrad, E. S., Arimbawa, P., Bande, L. O. S., Mursalim, M., Saputra, R. A., . . . Fauzi, F. A. (2026). Pengembangan desain kemasan inovatif sebagai upaya peningkatan daya saing produk UMKM di Kelurahan Matabubu. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 9(1), 127–133. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v9i1.14019>
- Al Ardi, A. N., Nadhirah, A., Saadillah, D., Kurniawati, D., & Eka, F. (2024). Strengthening the competitiveness of presto milkfish through increasing entrepreneurial spirit and packaging innovation. *Community Empowerment*, 9(1), 10–17. <https://doi.org/10.31603/ce.9279>
- Amin, K., Angge, I. C., Ahmad, A. S. E., & Hidayatno, N. W. (2025). Pengembangan desain label kemasan produk UMKM melalui pelatihan kreatif di Desa Mirigambar Tulungagung. *SEPAKAT: Sesi Pengabdian pada Masyarakat*, 5(2).
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik UMKM wedang jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Firdaus, J., Hidayat, N., Arifah, H. K. N., Awan, E., & Zulkarnain, R. (2025). Penguatan branding UMKM camilan khas Madura melalui pelatihan dan pendampingan desain logo untuk meningkatkan nilai tambah produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6422–6427. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2652>
- Hayati, S. R., Putri, S. A. M., & Suwarsi, A. A. (2020). Inovasi produk dan kemasan pada industri rumahan kaos di Dusun Mejing Wetan Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v1i2.2985>
- Ratnayani, R., Wahyu, S., Riyadi, S. A., & Agestika, L. (2023). Peningkatan produksi, diversifikasi dan pengemasan produk pada UMKM gula aren di Cianjur Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(1), 53–61. <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i1.4380>
- Soedarso, S., Utomo, C., Suryani, A., Endarko, E., & Ahmad, I. S. (2023). Peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Lumajang melalui pendampingan kemasan dan pemasaran produk. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 297–305. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.466>

- Sudaryanti, D., Bastomi, M., & Sholehuddin, S. (2022). Peningkatan penjualan produk industri kreatif melalui pelatihan packaging dan packing di RW 01 Kelurahan Kedungkandang Kota Malang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 434–441. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.186>
- Wulandari, S., & Indraswari, A. (2023). Perancangan desain kemasan sebagai identitas budaya pada UMKM kue tradisional di Jakarta. [*Nama jurnal – periksa*], 5(4), 1800–

Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

© 2026 Sovia, A. K, et.al.,

Published by LP2M of UIN Syekh Nurjati Cirebon