

PERBAIKAN KEMASAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK UKM MURNI SNACK

Kusnandar¹, Mohd. Harisudin², R. Kunto Adi³,
Rr. Aulia Qonita^{4*}, Isti Khomah⁵, Erlyna Wida Riptanti⁶, Nuning Setyowati⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Riset Grup Manajemen Inovasi Agribisnis
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret

*Korespondensi : radenrara@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

Murni Snack is a SMEs in Sukoharjo District, Central Java, which is engaged in the snacks industry. Murni Snack lacks competitiveness because the conditions from year to year are relatively the same. Even though the competition in the food business is getting tougher day by day, these SMEs have problems, including packaging labels that are still simple, product packaging that are still ordinary, which has led to the condition of the SMEs not being able to develop. The method used is the socialization of activities; introduction of labels, packaging, and hand sealers; entrepreneurship training, and mentoring activities. The service team carried out activities consisting of repairing packaging labels, introducing marketable packaging types using standing pouch packaging, introducing tools in hand sealers, and entrepreneurship training activities. Community service activities have improved the condition of SMEs, increased SME knowledge, and improved marketing.

Kata Kunci: *Labels, Packaging, Marketable*

ABSTRAK

UKM Murni *Snack* adalah UKM di Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah yang bergerak di bidang makanan ringan. UKM ini kurang memiliki daya saing, karena kondisi dari tahun ke tahun relatif sama. Padahal persaingan usaha makanan, semakin hari semakin ketat. UKM ini memiliki permasalahan antara lain label kemasan yang masih sederhana, kemasan produk masih biasa, dan keadaan UKM belum bisa berkembang. Pengabdian masyarakat ini menggunakan beberapa metode yaitu sosialisasi kegiatan; introduksi label, kemasan dan *hand sealer*; pelatihan kewirausahaan serta kegiatan pendampingan. Tim pengabdian melakukan kegiatan yang terdiri dari perbaikan label kemasan, mengintroduksikan jenis kemasan yang bersifat *marketable* dengan menggunakan kemasan *standing pouch*, mengintroduksikan alat berupa *hand sealer*, dan kegiatan pelatihan kewirausahaan. Kegiatan pengabdian masyarakat sudah dapat memberikan perbaikan kondisi UKM, pengetahuan UKM meningkat dan pemasaran menjadi lebih baik.

Kata Kunci: *Label, Kemasan, Marketable*

PENDAHULUAN

UKM mempunyai prospek dan potensi besar yang dapat membuat pendapatan dan penyerapan tenaga kerja meningkat. UMKM yang memiliki kontribusi tinggi belum dapat menjadikan UMKM mempunyai daya saing yang tinggi. Kendala secara internal dan eksternal banyak dirasakan oleh UMKM

sehingga UMKM dinilai belum berdaya saing tinggi untuk dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat (Lantu et al., 2016). Daya saing memiliki pengertian sebagai kemampuan dari suatu industri yang memperlihatkan keunggulan dalam suatu perihal, dengan menunjukkan kondisi maupun situasi yang paling bisa memberikan keuntungan, hasil pekerjaan yang lebih bagus

apabila dibandingkan dengan industri lain. Dalam hal ini faktor yang wajib diperhatikan dalam persaingan ialah keunggulan (Wardhani & Agustina, 2015). Inovasi tidak dapat dilepaskan dari kehidupan berbisnis sebab inovasi adalah jiwa atau roh yang ada di dalam suatu usaha atau perusahaan supaya dapat hidup dan berkembang. Pada saat ini, inovasi bisa mengalami perkembangan di mana saja dan siapa saja bisa melakukan inovasi. Suatu inovasi tidak hanya bisa dilaksanakan oleh perusahaan skala besar. Perusahaan skala kecil juga wajib melakukan inovasi-inovasi. Hal tersebut bertujuan agar usaha tetap berjalan dan terus berlangsung (Sasono & Rahmi, 2014).

Bisnis kuliner merupakan suatu ragam usaha yang dapat senantiasa laris dan laku setiap waktu. Hal tersebut dikarenakan makanan atau minuman merupakan kebutuhan utama individu atau manusia yang selalu ada di dalam kehidupan kita. Bisnis kuliner mempunyai jangkauan yang sangat banyak, yaitu dimulai dari makanan yang bersifat ringan (cemilan), minuman sampai makanan pokok (Nasution & Limbong, 2018). Makanan ringan disebut juga dengan kudapan (*snack*) adalah suatu sebutan untuk jenis makanan yang tidak termasuk dalam kategori menu makanan utama (sarapan pagi hari atau makan siang maupun makan malam) (Utari, 2016), yang dapat disajikan di luar jam makan utama (Nurhayati et al., 2012). Di negara Indonesia, istilah *snack* biasa dikenal dengan sebutan camilan maupun makanan ringan. Semua kalangan, dimulai dari anak-anak sampai orang tua menyukai camilan atau *snack*. Dengan demikian pola mengonsumsi camilan dapat menjadi sebuah kebiasaan yang dapat mengurangi rasa lapar sebelum datangnya jam makan yang utama (Lekahena, 2019).

Salah satu makanan ringan yang diproduksi di Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah adalah cumi-cumi dan stick. UKM Murni Snack memproduksi cumi-cumi dan stick secara kontinyu. Produksi dilakukan selama lima hari dalam satu minggu. Proses produksi memerlukan bahan baku utama berupa tepung terigu dan bahan penolong berupa

bumbu-bumbu, bahan tersebut diperoleh dari warung di sekitar tempat produksi. Cumi-cumi dan stick memiliki prospek yang bagus karena biasa digunakan untuk camilan, oleh-oleh, makanan ringan, pendamping saat makan, yang membuat makanan ini disukai oleh semua umur.

UKM Murni Snack menggunakan label kemasan yang berwujud potongan kertas HVS putih yang dimasukkan di dalam plastik dengan *netto* 200 gram. Warna kertas putih tersebut juga sudah buram dan tidak jelas karena hasil fotokopi yang diulang-ulang. UKM Murni Snack mengemas cumi-cumi dan stick menggunakan plastik kemasan biasa untuk ukuran berat 200 gram yang 'dikunci' menggunakan stapler. Hal ini dapat menyebabkan cumi-cumi dan stick jadi gampang terkena udara yang masuk melalui celah-celah lipatan plastik. Kondisi ini bisa membuat cumi-cumi dan stick menjadi lembab dan tidak renyah.

UKM Murni Snack sudah belasan tahun memproduksi cumi-cumi dan stick, namun terlihat bahwa usaha tersebut masih kurang berkembang secara pesat. Kondisi usaha belum mengalami perubahan berarti, apalagi dengan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya penurunan produksi. Produk cumi-cumi dan stick dipasarkan ke warung dan pasar. Padahal cumi-cumi dan stick ini sesungguhnya memiliki prospek dan peluang yang baik. Berdasarkan kondisi itu bisa dikatakan bahwa UKM kurang memiliki daya saing yang tinggi dan bagus dalam peningkatan usaha supaya menjadi lebih berkembang dan maju dengan pesat.

Berdasarkan penjelasan di atas, permasalahan yang dihadapi UKM adalah (1) label kemasan yang masih sederhana, (2) kemasan produk masih biasa, dan (3) keadaan UKM belum bisa berkembang. Solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UKM Murni Snack, antara lain dengan cara (1) memberikan pendampingan di dalam perbaikan terhadap label kemasan, (2) perbaikan terhadap kemasan produk, (3) introduksi *hand sealer*, dan (4) kegiatan pelatihan kewirausahaan.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah penguatan daya saing melalui perbaikan kemasan agar UKM dapat berkembang lebih baik, terutama pada segi pemasaran dan memberikan efek yang positif bagi lingkungan sekitar serta mengangkat makanan UKM menjadi makanan yang berkelas.

METODE

Untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh UKM Murni Snack terdiri dari empat tahap kegiatan yaitu

1. Sosialisasi kegiatan kepada UKM Murni Snack. Tim Pengabdian melakukan silaturahmi, pengenalan dan menjelaskan tentang program kegiatan yang akan dijalankan.
2. Persiapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kegiatan persiapan ini dimulai dengan Tim Pengabdian dan UKM Murni Snack berdiskusi untuk membuat desain label kemasan. Setelah selesai, Tim pengabdian menunjukkan kepada UKM dan merevisi kembali apabila ada hal-hal yang perlu diperbaiki agar desain sesuai dengan keinginan UKM. Tim Pengabdian juga mengenalkan kemasan yang bersifat *marketable* yang tersedia di pasaran, dan menjelaskan kelebihan maupun kekurangan dari masing-masing jenis kemasan. Tim Pengabdian juga mengenalkan tentang *hand sealer* yang akan digunakan untuk packing kemasan produk.
3. Pelaksanaan introduksi meliputi introduksi label dan kemasan yang sudah disepakati dan akan digunakan oleh UKM Murni Snack. Selain itu Tim Pengabdian juga mengintroduksi *hand sealer*, cara menggunakan *hand sealer* pada kemasan dan cara melakukan perawatan termasuk mengganti kawat pemanas.
4. Pelatihan kewirausahaan, yang meliputi cara menjalankan usaha agar bisa tetap eksis di saat pandemi Covid-19, cara membuat kemasan menjadi lebih menarik, dan cara melakukan penjualan secara *online*.

5. Pendampingan. Tim Pengabdian melakukan pendampingan dengan melihat keadaan UKM terkait dengan penggunaan alat yang diintroduksi, memantau proses kemajuan yang telah dilakukan UKM supaya daya saing produk semakin meningkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian yang dilakukan di UKM Murni Snack yang beralamat di Karangale, Kadogan, Grogol, Sukoharjo, Jawa Tengah meliputi beberapa tahap yaitu:

a. Sosialisasi.

Sosialisasi merupakan kegiatan yang pertama kali dilakukan oleh Tim Pengabdian. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memberitahukan pada UKM Murni Snack tentang kegiatan yang akan dijalankan serta perubahan yang mungkin terjadi akibat masih adanya pandemi Covid-19. Kegiatan pengabdian terdiri dari kegiatan perbaikan untuk label kemasan, perbaikan kemasan yang *marketable*, introduksi *hand sealer* serta kegiatan pelatihan tentang kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Subali et al., (2020) yang menyatakan bahwa kegiatan sosialisasi memiliki tujuan memberikan info atau berita tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan program kegiatan yang akan dijalankan oleh Tim Pengabdian.



Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan

- b. Perbaikan Label Kemasan *Marketable* untuk UKM Murni Snack
UKM Murni Snack sudah sejak lama menggunakan label stiker yang berasal dari

fotokopian kertas HVS kemudian dimasukkan ke dalam plastik. Hal tersebut menjadikan produk kurang menarik untuk dilihat, karena ada bekas minyak yang menempel pada label. Berdasarkan kondisi tersebut Tim Pengabdian melakukan pendampingan dan introduksi di dalam perbaikan label kemasan agar menjadi lebih menarik, lebih berwarna, dan bersifat lebih menjual. Pendampingan dilakukan dengan diskusi tentang bagaimana keinginan UKM Murni Snack terkait dengan desain kemasan yang diinginkan. Juga mengombinasikan saran dan masukan dari Tim Pengabdian. Antara label lama dan label baru terdapat perbedaan, antara lain :

Tabel 1. Perbedaan Label Lama dan Label Baru

No.	Perbedaan	Label Lama	Label Baru
1.	Jenis Kertas	HVS Putih	Stiker
2.	Warna tinta desain	Hitam	Warna – warni kombinasi orange, kuning dan putih
3.	Tulisan Renyah, Gurih, Nikat	Ada	Ada
4.	Ukuran	Lebar 6,5 cm x tinggi 6 cm	Lebar 10 cm x tinggi 7,5 cm
5.	Tulisan Murni Snack	Ada	Ada
6.	Tulisan Gurih Renyah	Ada	Ada
7.	Tulisan Produk	Ada	Ada
8.	Gambar Produk	Tidak Ada	Ada, dengan 3 gambar produk yaitu Cumi-Cumi, Stick, Makaroni
9.	Gambar Hewan Cumi-Cumi	Ada	Tidak Ada
10.	Komposisi Bahan	Tidak Ada	Ada
11.	Tulisan Berat	Tidak Ada	Ada
12.	Tulisan Tanggal Kadaluarsa	Tidak Ada	Ada
13.	Alamat Produksi	Lengkap	Lengkap
14.	Tulisan PIRT	Ada	Ada

Stiker *full color* digunakan sebagai label, memiliki tujuan supaya di mata konsumen, produk mempunyai nilai prestise yang lebih dibandingkan produk yang lain, produk memberikan kesan lebih bernilai serta lebih terlindungi sehingga aman (Wirda et al., 2020). Hasil pendampingan dalam membuat desain label kemasan sebagai berikut :



Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Gambar 2. Label Kemasan Baru

- c. Perbaikan Kemasan *Marketable* dengan Kemasan *Standing Pouch*

UKM Murni Snack selama ini menggunakan plastik biasa dengan ukuran 14 cm x 22 cm. Tim Pengabdian menilai bahwa kemasan tersebut terlalu tipis untuk mempacking produk UKM Murni Snack. Berdasarkan kondisi tersebut, diintroduksikan plastik *standing pouch* yang lebih menarik, lebih tebal dan lebih modern. Kemasan yang baik dan menarik dapat menarik perhatian para konsumen untuk membeli. Kemasan juga menunjukkan jati diri dari produk makanan tersebut. Kemasan *standing pouch* merupakan kemasan yang dipilih oleh UKM setelah melakukan diskusi dengan Tim Pengabdian melalui media WhatsApp. Hal tersebut dilakukan karena mengingat masih dalam kondisi pandemi Covid-19. Berikut ini gambar penyerahan kemasan yang *marketable* kepada UKM Murni Snack.



Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Gambar 3. Penyerahan Kemasan

Kemasan *standing pouch* yang diintroduksikan memiliki beberapa ukuran, karena disesuaikan dengan kebutuhan UKM, yaitu ukuran 16 x 24 cm, ukuran 16 x 32 cm dan ukuran 20 x 29 cm. Kemasan *standing pouch* dilengkapi dengan *zipper lock* dan *space* untuk *double sealer* yang lebar, sehingga memungkinkan untuk dilakukan penyegelan dengan menggunakan *sealer plastik* atau *hand sealer* di atas *zipper lock*. *Zipper lock* berfungsi untuk membuka dan menutup kemasan dengan mudah tanpa harus merusak kemasan. Penggunaan kemasan berbentuk *standing pouch* untuk UKM Murni terlihat pada Gambar 4 dan 5.



Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Gambar 4. Kemasan Berbentuk Standing Pouch Produk Cumi-Cumi



Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Gambar 5. Kemasan Berbentuk Standing Pouch Produk Stick

- d. Introduksi *Hand Sealer* Kepada UKM Murni Snack

Hand sealer atau *sealer plastik* adalah suatu alat yang digunakan untuk menutup atau menyegel kemasan supaya plastik kemasan menjadi lebih rapi, lebih rapat terhadap udara. Hal tersebut menyebabkan produk yang dikemas menjadi lebih tahan lama, tetap renyah serta tetap enak karena udara tidak dapat masuk dengan mudah ke dalam kemasan. Selama ini UKM Murni Snack dalam mengemas produknya menggunakan stapler, sehingga terkadang ada bagian yang berongga yang memungkinkan udara untuk bisa masuk ke dalam plastik. Tim Pengabdian menjelaskan bagaimana cara menggunakan *sealer*, melakukan perawatan sebelum dan sesudah pemakaian, termasuk cara mengganti elemen kawat *sealer*. Berikut ini gambar *hand sealer* yang diintroduksikan di UKM Murni Snack.



Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Gambar 6. Penyerahan Hand Sealer kepada UKM Murni Snack

UKM Murni Snack memakai *sealer* plastik untuk menyegel kemasan di bagian atas dari *zipper lock* supaya kemasan lebih terjaga keamanannya. *Sealer* plastik atau *hand sealer* bisa digunakan untuk berbagai kemasan, baik kemasan biasa maupun kemasan *standing pouch*. Dengan menggunakan *sealer* plastik ini, membuat kemasan menjadi lebih rapi dan rapat, sehingga produk UKM Murni Snack terjaga kerenyahannya. Menurut Kusnandar et al., (2020), *hand sealer* plastik dapat digunakan untuk tambahan “pengunci ganda” yang terletak di bagian atas dari *zipper* kemasan yang dapat dimanfaatkan untuk segel pengaman kemasan produk.

e. Pelatihan tentang Kewirausahaan

Tim Pengabdi memberikan pelatihan kewirausahaan kepada UKM Murni *Snack* dan UKM-UKM di Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo. Pelatihan ini hanya diberikan untuk kalangan terbatas, dengan jumlah peserta 20 orang karena kondisi masih pandemi. Pelatihan tersebut dimaksudkan agar UKM dapat mengatasi penurunan omset karena pandemi Covid-19. Pelatihan ini menekankan pada pemasaran digital. Menurut Raharja & Natari, (2021) pemasaran secara digital ialah penjualan produk dengan memakai jaringan internet untuk sarana pemasaran. Menurut (Nugrahaningsih et al., 2021) pelaksanaan pelatihan tersebut dapat menambah dan meningkatkan wawasan, kemampuan untuk melakukan kegiatan pemasaran. Berikut ini kegiatan pelatihan yang diselenggarakan, terlihat pada Gambar 7.



Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Gambar 7. Pelatihan Kewirausahaan

- f. Pendampingan Usaha UKM Murni Snack
- Tim Pengabdi melaksanakan pendampingan kepada UKM yaitu dengan pendampingan yang bersifat untuk memberdayakan UKM (Qonita & Parnanto, 2016). Tim Pengabdi melakukan kegiatan pendampingan kepada UKM Murni Snack supaya dapat menghasilkan produk yang bisa bersaing dengan produk sejenis di pasaran, sehingga diharapkan produk bisa masuk ke toko oleh-oleh maupun ke toko retail modern. Dengan demikian UKM bisa lebih berkembang, lebih maju dan dapat memperluas pemasaran. Pendampingan meliputi: (1) Pendampingan di dalam menggunakan label stiker baru yang ditempelkan pada kemasan yang *standing pouch*, sehingga bisa menghasilkan produk yang lebih berkualitas. (2) Pendampingan di dalam perluasan pasar yaitu dengan memberikan saran masukan untuk bergabung ke ICSB (International Council for Small Business) Sukoharjo, sehingga bisa meningkatkan pengetahuan dan relasi. Dengan demikian diharapkan info-info yang *up to date* bisa diterima dengan segera oleh UKM Murni Snack. (3) Pendampingan untuk melakukan pemasaran secara *online* melalui *market place*.
- g. Indikator Keberhasilan
- Berikut ini adalah evaluasi tentang keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdi.

Tabel 2. Evaluasi Kegiatan Pengabdian di UKM Murni Snack

No.	Keterangan	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1.	Perbaiki Label	Label sangat sederhana, tulisan tidak jelas, gambar tidak jelas, menggunakan kertas HVS putih	Desain label lebih menarik, tulisan jelas dan lengkap, gambar jelas sesuai produk, menggunakan kertas stiker
2.	Perbaiki Kemasan	Kemasan berupa plastik tipis	Kemasan menggunakan <i>standing pouch</i>
3.	Introduksi <i>Hand Sealer</i>	Belum memiliki <i>hand sealer</i>	UKM Murni Snack memiliki 1 unit <i>hand sealer</i>
4.	Pelatihan Kewirausahaan	Pengetahuan masih terbatas tentang usaha-usaha yang bisa dilakukan di dalam menjalankan usaha saat kondisi pandemi Covid-19,	Bertambah pengetahuan tentang usaha-usaha yang bisa dilakukan di dalam menjalankan usaha saat kondisi pandemi Covid-19. Terutama terkait dengan pemasaran digital.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh *Research Group* Manajemen Inovasi Agribisnis sudah dapat memberikan peningkatan pengetahuan UKM Murni Snack untuk dapat meningkatkan daya saing dengan produk makanan sejenis, dengan menggunakan kemasan yang lebih *marketable* yaitu kemasan *standing pouch*. UKM Murni Snack juga sudah menggunakan label kemasan yang lebih menarik, lebih *marketable* dan informasi yang disajikan lebih lengkap, yang nantinya akan direkatkan di bagian luar kemasan *standing pouch*. UKM Murni Snack sudah tergabung dalam ICSB Sukoharjo sehingga informasi tentang UKM maupun pemasaran bisa diketahui dengan cepat karena ada WhatsApp Group yang selalu aktif. Berdasarkan kondisi tersebut, UKM Murni Snack bisa memiliki daya saing yang baik dan dapat berkembang sesuai dengan keinginan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian dari *Research Group* Manajemen Inovasi Agribisnis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Sebelas Maret atas skim hibah pengabdian masyarakat Tahun 2021, sehingga bisa menyelenggarakan kegiatan dengan baik. Terima kasih juga UKM Murni *Snack* dan UKM-UKM yang telah berperan serta secara aktif untuk mensukseskan acara pelatihan tentang kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusnandar, Harisudin, M., Setyowati, N., Adi, R. K., & Qonita, R. R. A. (2020). *Inovasi Bisnis : Upaya Adaptasi UKM Werkudoro di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Business Innovation : Adaptation Efforts of SMEs Werkudoro in the New Normal Era*. 1(2), 81–88.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77–93. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>
- Lekahena, V. N. J. (2019). Karakteristik Kimia dan Sensori Produk Stik di Fortifikasi dengan Tepung Ikan Madidihang. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 12(2), 284–290. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.12.2.284-290>
- Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian Faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 29, 195–201.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada BUMDes Blulukan Gemilang.

Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 8–14.

- Nurhayati, A. N., Lasmanawati, E., & Yulia, C. (2012). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13(1), 1–6. <http://jurnal.upi.edu/file/1-ai.pdf>
- Qonita, R. R. A., & Parnanto, N. H. R. (2016). IbM UBI JALAR DI KECAMATAN TAWANGMANGU. *Jurnal Dianmas*, 5(2), 141–151.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108–123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Sasono, E., & Rahmi, Y. (2014). Manajemen Inovasi pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal STIE Semarang*, 6(3), 74–90. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/122/95>
- Subali, M. A. P., Sugiarta, I. G. R. A., & Akbar, A. F. (2020). Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Produksi Kerupuk Basa di Desa Jegu, Kabupaten Tabanan. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 730–736. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4625>
- Utari, D. T. (2016). *Manajemen Pemasaran : Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi*. CV Pena Persada.
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10(2), 64–96. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>
- Wirda, F., Herizon, & Putra, T. J. (2020). Penguatan Daya Saing UKM Pada Usaha Makanan Khas Daerah Sumatera Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 579–587. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4165>