

Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan UKM Pada Industri Jasa Boga “Puspa Catering” di Kabupaten Malang

Astrid Puspaningrum

Management Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya, Indonesia

Email Corresponding: astrid@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Kewirausahaan Jasa Boga Pemasaran Media Sosial	Kewirausahaan melalui Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu faktor pendorong perekonomian nasional. Melalui kewirausahaan yang kreatif dan inovatif terlahir produk-produk dengan ciri khas unik mampu menarik minat beli masyarakat. Industri jasa boga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja yang berada di Kota Malang. Kondisi pasar yang potensial menimbulkan banyak pelaku industri jasa boga muncul di Kota Malang. Otomatis menjadi industri padat karya yang dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat. Agar para pelaku dapat bersaing dengan kompetitornya dibutuhkan packaging unik serta pemasaran yang optimal. Dengan demikian, UKM dapat lebih siap untuk migrasi menjadi pengusaha besar serta memahami cara mengemas dan memasarkan produknya. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi industri jasa boga bagi pendapatan tenaga kerja di Kabupaten Malang. Hasil dari pengabdian ini ialah usaha jasa boga dengan skala industri kecil mampu mendorong peningkatan pendapatan. Setelah bekerja di industri jasa boga para pekerja dapat menjadikan sebagai mata pencaharian mereka sehingga mampu menghasilkan pendapatan rutin bagi mereka.
	ABSTRACT
Keywords: Entrepreneurship Catering Services Marketing Social Media	Entrepreneurship through Small and Medium Enterprises (SMEs) is one of the driving factors of the national economy. Through creative and innovative entrepreneurship, products with unique characteristics are born that can attract people's buying interest. The food service industry plays an important role in absorbing workers in Malang City. Potential market conditions have caused many food service industry players to appear in Malang City. It automatically becomes a labor-intensive industry that can help increase people's income. So that players can compete with their competitors, unique packaging and optimal marketing are needed. In this way, SMEs can be better prepared to migrate to become large entrepreneurs and understand how to package and market their products. This community service aims to determine the contribution of the food service industry to labor income in Malang Regency. The result of this service is that food service businesses on a small industrial scale are able to increase income. After working in the food service industry, workers can make it their livelihood so that they can generate regular income for themselves.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Puspa Catering merupakan salah satu UKM yang terletak di Kota Malang dengan produk utamanya ialah makanan ringan berupa kue kering atau sebesar 80% dari total produk yang dihasilkan. Sisanya atau 20% produk merupakan kue-kue basah. Usaha ini mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 15 orang pada kondisi tingginya pesanan. Tidak terbatas pada usaha kue kering namun juga jenis makanan lainnya dapat diproduksi oleh Puspa Catering. Pada kondisi tertentu seperti puncaknya menjelang hari raya pesanan dapat melonjak tinggi. Bahkan pembeli datang tidak hanya berasal dari Kota Malang saja tetapi juga seperti di Kota Surabaya dan sekitarnya. Rasa dan mutu yang baik membuat usaha ini dilirik oleh pembeli di berbagai wilayah di Jawa Timur. Oleh sebab itu, Puspa Catering mampu merekrut tenaga kerja untuk mengimbangi produksi atas permintaan konsumen.

Puspa Catering mampu menerima pesanan pada jauh hari maupun datang langsung ke tokonya. Melihat kualitas yang bagus dan mutu tinggi maka Puspa Catering mulai untuk mengurus perizinan resmi atas produknya. Perizinan tersebut dinilai mampu mendukung produk untuk lebih dipercaya oleh konsumen. Pada

kepengurusan perizinan tersebut meliputi manajemen bahan, kebersihan, hingga pengemasan produk. Pada usaha di industri jasa boga memang rentan terhadap kualitas produk makanan yang dihasilkan. Tidak jarang kita dapat melihat para pelaku UKM mengesampingkan kelayakan produk mereka. Oleh sebab itu, masyarakat menjadi enggan untuk membeli produk mereka.

Meski kompetitor Puspa Catering sangat banyak variasinya tetapi kualitas dan rasa makanan dapat menjadi poin utama sehingga dapat bertahan di industri jasa boga di Kota Malang. Sehingga pemasarannya sudah sampai dipesan dari daerah luar Kota Malang. Selain itu, harga jual yang kompetitif serta bervariasi tergantung pada menyesuaikan kebutuhan konsumen. Seringkali konsumen yang loyal dapat diberikan harga khusus maupun bentuk kerjasama tertentu sehingga dapat menguntungkan kedua pihak. Untuk pemesanan dalam jumlah besar kapasitas produksi menyesuaikan permintaan yang ada. Pesanan khusus biasanya banyak dipesan oleh para pedagang besar. Saat ini beberapa pegawai telah dimiliki oleh Puspa Catering ketika permintaan tidak terlalu ramai. Pada saat permintaan yang tinggi Puspa Catering akan otomatis merekrut pekerja tambahan agar pesanan konsumen dapat diselesaikan tepat waktu.

II. MASALAH

Berdasarkan hasil survey di lokasi usaha dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha bahwa prioritas permasalahan yang muncul lebih banyak berkaitan dengan proses pemasaran

1. Masalah Pengemasan Produk

Pada usaha jasa boga pengemasan produk menjadi poin perhatian bagi konsumen. Semakin menarik kemasan produk yang dihasilkan maka akan dilirik oleh konsumen menjadi lebih besar. Sebagian produk Puspa Catering masih memerlukan pengemasan yang lebih menarik. Selama ini, produk makanan Puspa Catering belum memiliki kemasan yang menjadidiri khas Puspa Catering. Selain itu, diharapkan dengan sejalanannya kualitas produk yang baik maka kedepannya produk Puspa Catering mampu menjadi oleh-oleh khas Malang.

Pada proses pemenuhan permintaan konsumen, usaha ini tidak terlalu menemui kendala yang signifikan ketika melonjaknya pesanan. Usaha rumahan ini mampu menyediakan penambahan tenaga kerja dan alat produksi yang mumpuni sesuai kapasitas produksi. Meski demikian, pesanan yang melonjak tinggi pada kondisi tertentu masih sering terjadi. Langkah selanjutnya untuk menanggulangi permintaan tersebut maka tenaga kerja perlu ditambah. Apabila teknik penyimpanan bahan tidak tepat maka akan merusak rasa maupun kualitas produk makanan yang dihasilkan. Produk yang tidak segera terjual dan menumpuk beresiko menurunkan kualitas produk. sehingga kedepannya diperlukan manajemen penyimpanan minimal pada pengemasan yang bersifat kedap terhadap pembusukan maupun kerusakan akibat lamanya penyimpanan.

2. Masalah Media Promosi

Pemasaran pada usaha ini dititik beratkan pada pemaksimalan profit dengan cara mendapatkan direct costumer. Selama ini penghubung yang diandalkan selain konsumen loyal mereka juga adanya pihak ketiga sebagai penghubung pada konsumen akhir (end-user) seperti pada toko-toko retail di Kota Malang. Dengan demikian profit yang dihasilkan kurang maksimal. Selain itu perbandingan profit dan risiko kurang seimbang. Hal ini dikarenakan produk makanan sangat rentan terjadi kerusakan dan memiliki daya simpan yang singkat. Demi menghindari hal tersebut diperlukan kegiatan periklanan yang gencar di berbagai media seperti media cetak, elektronik, maupun secara online (web, media sosial, dan online shop) untuk brand activation dan meningkatkan brand awareness.

Media promosi pada produk makanan Puspa Catering masih perlu ditingkatkan. Selama ini, Puspa Catering masih mengandalkan koneksi pelanggan loyal mereka sehingga pemasaran produk menjadi kurang maksimal. Keterbatasan pengetahuan tentang media sosial menjadi kendala bagi Puspa Catering dalam metode pemasarannya. Macam-macam penggunaan e-commerce maupun media sosial lainnya masih belum sepenuhnya mampu memanfaatkan secara maksimal.

3. Masalah inovasi produk

Pada praktiknya produk yang dihasilkan oleh Puspa Catering cukup beragam. Namun, sebesar 80% dari produk yang dihasilkan ialah kue-kue kering. Sedangkan 20% lainnya merupakan kue basah. Puspa Catering masih perlu untuk mengembangkan inovasi produk yang dihasilkan untuk kedepannya dapat membantu peningkatan profit usaha. Selain itu, dapat menarik pembeli untuk mencoba produk tersebut. Dapat diketahui bahwa pangsa pasar dari Puspa Catering cukup besar yang mampu menembus skala menengah ke atas. Hal tersebut dikarenakan kualitas dan rasa makanan yang baik. Para pembeli mayoritas merupakan dari lembaga, sekolah-sekolah swasta, koperasi, maupun pedagang besar.

III. METODE

Metode pelaksanaan dalam pendampingan usaha Puspa Catering dilaksanakan dengan dua tahap, yaitu

1. Observasi Lapangan

Pada tahap ini, tim melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui bagaimana proses bisnis berlangsung, dari mulai pemilihan bahan baku, proses pembuatan, pengemasan, hingga bagaimana produk tersebut didistribusikan.

2. Wawancara

Wawancara dengan pemilik usaha bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi secara lebih komprehensif. Oleh sebab itu, peneliti akan segera dapat mengidentifikasi dan memberikan solusi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Target mitra mampu melakukan branding kembali atas produk yang diproduksi dan pemasaran sesuai dengan target dengan melakukan pendampingan aktivitas pemasaran secara online melalui media sosial seperti facebook, shopee dan lain sebagainya. Peningkatan bisnis penting untuk dilakukan mengingat dalam dunia usaha memiliki manfaat dapat memberdayakan masyarakat (Asmawati, 2015). Hasil pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek yang ditemukan oleh tim sebagai pertimbangan untuk meningkatkan potensi pemasaran Puspa Catering. Aspek-aspek yang ditemukan antara lain meliputi operasional, pemasaran dan personalia.

1. Gambaran Umum Mitra

Mitra yang ditentukan oleh tim pengabdian merupakan usaha dengan skala UKM di Kota Malang. Pangsa pasar mitra dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Hal ini didukung bahwa produk mitra sering dipesan oleh masyarakat tidak hanya di pulau Jawa saja. Oleh sebab itu tim pengabdian memilih mitra Puspa Catering sebagai mitra dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya tahun 2023. Beberapa produk mitra tidak hanya pada kue dan jajanan basah saja tetapi juga menerima pesanan tumpeng maupun nasi kotak. Berikut ini merupakan beberapa produk dari Puspa Catering (Gambar 1).



Gambar 1. Produk-Produk Mitra Pengabdian

2. Aspek Operasional

Buah tangan atau oleh-oleh sering dibeli konsumen sebagai tanda bahwa telah mengunjungi suatu daerah yang nantinya akan diberikan pada sanak saudara, kerabat, kolega, dan lain sebagainya. Oleh-oleh dari suatu daerah khususnya di Kota Malang sangat beragam seperti kerajinan tangan hingga makanan khas yang digemari wisatawan. Tidak hanya itu saja, beberapa UKM menyuguhkan produk unik hasil produksi mereka sendiri yang diperkenalkan pada wisatawan. Keunikan tersebut membuat konsumen melakukan pembelian ulang (repeat order). Tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan setia pada Puspa Catering melakukan hal serupa. Fenomena yang terjadi pada ialah persaingan bisnis di lini industri kue kering sangat banyak dan menyuguhkan berbagai macam klaster sesuai budget pembeli. Selain itu, persaingan dengan oleh-oleh khas daerah maupun kue dengan label nama artis juga digandrungi masyarakat. Semakin terkenal dan menjamurnya bisnis ini menjadikan beberapa makanan khas daerah kurang diminati. Adanya persaingan tersebut menjadi tantangan bagi para pelaku UKM khususnya industri kue dan cake.

Dilihat dari sisi owner Puspa Catering pasti sudah tidak diragukan dengan aneka kue dan cake yang tidak kalah soal rasa dibandingkan para pesaingnya. Produk yang ditawarkan juga beragam dan banyak diminati terlebih pada waktu tertentu seperti menjelang hari raya. Pesanan akan berdatangan dan mayoritas pelanggan tidak hanya membeli sekedar sebagai oleh-oleh tetapi juga untuk dijual kembali. Dengan demikian, dari harga maupun rasa yang disajikan sesuai minat dari para konsumen. Oleh karena itu, Puspa Catering juga memiliki pelanggan yang loyal terhadap produk mereka. Merujuk pada fenomena di masyarakat bisnis usaha dari Puspa Catering diharapkan dapat berkelanjutan. Tidak hanya penjualan tinggi pada momen tertentu saja tetapi juga diluar waktu khusus tersebut. Persaingan yang cukup tinggi mengharuskan pemilik usaha bisnis khususnya industri kue kering untuk terus berinovasi. Target pasar juga harus diperhatikan oleh pemilik usaha dikarenakan semakin berkembangnya zaman maka produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan konsumen pada waktu tersebut. Hal tersebut merupakan sinyal untuk bisa lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola, mengembangkan, serta memasarkan produk-produk mereka. Artinya produk yang dihasilkan oleh Puspa Catering diharapkan dapat sesuai dengan minat seluruh kalangan masyarakat.

Pembeli tidak hanya tertarik pada kekhasan produk yang dihasilkan saja tetapi juga memperhatikan higienitas dari barang tersebut. Terlebih bahwa produk makanan tidak hanya soal rasa saja tetapi juga sangat erat dengan kebersihannya. Hal tersebut sejalan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 terkait dengan Keamanan Pangan. Kelompok usaha UMKM maupun UKM masih perlu untuk didampingi untuk keamanan pangan dari produk yang dihasilkan. Mayoritas mereka masih menggunakan teknik produksi yang tradisional mengingat skala bisnis kecil maka penggunaan peralatan dikatakan cukup sederhana. Oleh sebab itu, perlunya kemampuan pembenahan tempat produksi oleh mitra pengabdian. Manfaat yang dapat diambil dari higienitas ialah memberikan keyakinan bagi konsumen bahwa produk layak untuk dikonsumsi (Payu, 2016).

Puspa Catering telah memiliki branding produk yang telah dikenal oleh masyarakat. Pengelolaan merek produk berhubungan dengan kualitas produk barang yang dihasilkan. Merek Puspa Catering telah melekat dengan baik dengan produk kue maupun cake yang dihasilkan. Artinya, kualitas dari produk-produk Puspa Catering memiliki kualitas yang baik. Merek dan kualitas merupakan kekayaan tak kasat mata (intangible) sehingga produsen harus mempertahankan dengan baik (Firmansyah, 2019). Dengan demikian Puspa Catering dianggap telah sadar bahwa untuk menjaga keberlangsungan usaha perlu untuk menjaga kualitas produk-produk mereka.

Sejalan dengan kualitas yang dipertahankan dengan baik maka kita dapat menangkap sinyal bahwa masyarakat semakin yakin pada produk tersebut. Artinya, konsumen tidak menutup kemungkinan untuk melakukan pembelian berulang di waktu mendatang. Tidak hanya itu saja potensi pelanggan baru juga akan muncul. Oleh sebab itu pelaku usaha juga harus bersiap dengan peningkatan pesanan oleh pembeli. Semakin banyak masyarakat yang telah mencicipi produk kue kering maupun cake dari Puspa Catering maka peminat juga akan bertambah. Dari tahun ke tahun terlebih pada waktu menjelang hari raya tingginya pesanan kue kering perlu diantisipasi. Dengan demikian Puspa Catering perlu meningkatkan output dari produk-produk mereka. Dengan sinyal peningkatan volume tersebut maka pemilik Puspa Catering harus dapat mengembangkan bisnis mereka. Salah satu usaha ialah dengan menambah karyawan maupun penambahan alat-alat produksi.

Penyuluhan oleh yang dilakukan oleh tim mengenai dengan permasalahan manajemen operasional seperti yang telah dijelaskan sebelumnya ialah terkait dengan produksi dari Puspa Catering. Tim pengabdian memberikan penyuluhan dengan menampilkan standar manajemen persediaan, pemesanan, penyimpanan bahan baku kepada mitra. Selain itu, diberikan juga pendampingan terkait dengan forecasting bisnis terutama untuk melihat tren kebutuhan/permintaan pasar sebagai langkah untuk pengembangan usaha.

3. Aspek Pemasaran

Penyajian produk kue maupun cake yang diperkenalkan pada konsumen masih perlu terus berbenah maka hendaknya Puspa Catering dapat mengikuti tren perkembangan zaman sekarang ini. Masalah lainnya ialah karena kue maupun cake identik dengan “Kue Hari Raya” sehingga menu masih monoton dari tahun ke tahun. Dengan demikian, Puspa Catering terpenjara dengan konsep tersebut meski tinggi peminat. Akan tetapi, persaingan yang ketat sudah pasti menyajikan kompetitor dengan produk yang inovatif dan kreatif dalam menciptakan kue-kue kekinian. Branding menarik serta harga terjangkau akan berpotensi mengambil pasar

yang dimiliki. Oleh sebab itu, Puspa Catering sebaiknya mampu menghasilkan produk-produk kue yang mencerminkan pasar.

Semakin banyak produk pesaing di pasar maka persaingan juga ketat. Banyak produk memberikan harga terjangkau dengan bentuk promosi yang gencar pada konsumen. Produk yang dihasilkan dari Puspa Catering harus bisa bersaing menyesuaikan kualitas barang tersebut. Artinya mempertahankan kualitas terkait dengan rasa makanan, kemasan, dan variasi produk menggambarkan kekinian akan membantu Puspa Catering untuk bertahan di industri kue. Tidak hanya kualitas tetapi juga pemasaran produk kepada konsumen. Untuk menambah konsumen baru maka promosi sebaiknya lebih gencar dilakukan oleh Puspa Catering. Meski konsumen sudah banyak percaya terhadap produk Puspa Catering akan tetapi untuk menjaga loyalitas sebaiknya promosi dapat dilakukan lebih aktif lagi. Usaha lainnya untuk menambah konsumen baru maka promosi via jejaring sosial perlu dilakukan. Memanfaatkan teknologi informasi akan sangat membantu untuk pemasaran produk. Misalnya yang dilakukan sekarang melalui kartu nama, papan nama, personal selling dan harus didukung dengan digital marketing. Produk Puspa Catering masih terpenjara dengan citra kue untuk hari raya. Padahal dari segmentasi pasar sebaiknya dapat diperluas.

Tim pengabdian memberikan penyuluhan mengenai permasalahan aspek pemasaran yaitu dengan memberikan wawasan kepada mitra untuk sadar terhadap penggunaan teknologi informasi. Pemaksimalan teknologi akan membantu mitra untuk mendapatkan referensi kebutuhan atau minat konsumen saat ini. Selain itu, penggunaan teknologi informasi seperti e-commerce mampu membantu mitra untuk menambah konsumen baru. Dengan demikian, manfaat tidak hanya penambahan diferensiasi produk saja tetapi juga peningkatan pembeli. Tim pengabdian juga memberikan pengenalan bahwa strategi pemasaran produk juga dapat bekerjasama dengan influencer untuk mempercepat produk dikenal oleh masyarakat luas. Konsep tersebut sejalan dengan sharing economy dimana beberapa orang bekerjasama untuk menggunakan sumberdaya dengan cara inovatif (Cohen & Kietzmann, 2014).

4. Aspek Personalia atau Sumber Daya Manusia

Wirausahawan merupakan tonggak terbentuknya karakter bisnis yang mengutamakan kualitas dan pelayanan pada konsumen. Kemampuan yang dibutuhkan untuk perencanaan usaha terdiri dari beberapa aspek yaitu kesiapan sumber daya manusia, operasional, produksi, pemasaran dan keuangan (Yunaz et al., 2022). Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut menjadi penentu keberhasilan suatu usaha. Kecakapan khususnya sumber daya yang handal dan komunikatif dapat menjadi strategi untuk keberlanjutan usaha. Kecakapan sumber daya tidak hanya terbatas pada segi produksi saja tetapi juga kemampuan sosial untuk menjalin kerjasama maupun untuk meyakinkan orang sehingga tertarik pada produk kita. Kondisi lapangan menunjukkan Puspa Catering membutuhkan peningkatan soft skill pada karyawan mereka. Dalam dunia usaha tidak terlepas dengan hubungan sosial masyarakat sehingga perlu untuk banyak interaksi pada mereka. Dengan demikian, harus gigih dalam menjalankan pengembangan bisnis.

Dari sisi produksi, Puspa Catering perlu untuk lebih peka terhadap permintaan pasar yang meningkat. Respon positif terhadap kualitas produk menjadikan citra Puspa Catering semakin baik. Dengan sinyal tersebut maka Puspa Catering harus menambah produktivitas barang yang dihasilkan. Akan tetapi, perlu strategi untuk mengelola tenaga kerja yang ada dengan peningkatan produktivitas. Selain itu, Puspa Catering juga harus memperhatikan gaji atau upah harus menyesuaikan dengan kondisi pasar. Hal tersebut terkait dengan kesejahteraan dari tenaga kerja di Puspa Catering.

Langkah yang telah ditempuh oleh tim pengabdian yaitu memberikan pendampingan kepada para karyawan untuk meningkatkan soft skill mereka yaitu dengan memberikan materi terkait dunia usaha industri kue. Tidak hanya seputar pengenalan industri kue saja tetapi pengelolaan produksi, pemanfaatan teknologi informasi, dan memberikan kiat-kiat pengolahan serta pengembangan usaha.

V. KESIMPULAN

Puspa Catering menghadapi kompetitor yang cukup banyak dengan keunikan produk masing-masing. Pelanggan yang loyal tidak cukup untuk terus mempertahankan bisnis Puspa Catering secara berkelanjutan. Dari hasil pengabdian yang dilakukan oleh tim Pengabdian terdapat beberapa aspek yang ditemukan seperti aspek operasional, aspek pemasaran, dan aspek personalia merupakan kunci untuk memperbaiki usaha Puspa Catering. Di satu sisi Puspa Catering melibatkan karyawan dari Masyarakat sekitar rumah produksi sehingga memberikan dampak positif dari usaha tersebut. Sisi lain, rumah produksi masih perlu banyak pengembangan

untuk menjaga kualitas produk lebih terjamin dari rasa, kebersihan, maupun packaging. Pemasaran Puspa Catering masih belum memaksimalkan teknologi informasi maupun social media. Langkah selanjutnya ialah tim pengabdian untuk meningkatkan soft skill maka diberikan pelatihan dan pendampingan baik untuk segi bisnis maupun pemasaran melalui social media.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmawati. (2015). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan Di Masyarakat Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri. Seminar Nasional Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan, 1(2), 84–93. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/snpak/article/view/6704>
- Bunyamin, A; Purnomo, D; Taofik, S; Chuddin, M; Sawitri, I. (2020). Innovation on food product development for local commodity with design thinking approach (Case study: tengkawang fruit (*Shorea stenoptera* Burck.) Commodity in Bengkayang, West Kalimantan). IOP Conference Series. Earth and Environmental Science; Bristol Vol. 443, Iss. 1.
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: Qiara Media
- Gardjito, M; Hendrasty, H. K; Dewi, A. (2022). Industri Jasa Boga. Gajah Mada University Press: Yogyakarta.
- Payu, C. (2016). Pembuatan Cemilan Sagu Higienis Untuk Meningkatkan Penghasilan Kelompok Pengrajin Kue Di Desa Bua Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*. 103-109.
- Rosana, F. C. (2021). BPS: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 -2,07 Persen. Retrieved March 1, 2021, from bisnis.tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1429918/bps-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-207-persen>
- Saad Ahmed Javed; Javed, Sara. (2015). The impact of product's packaging color on customers' buying preferences under time pressure. *Marketing and Branding Research*; Vancouver Vol. 2, Iss. 1.
- Septianingsih, L. (2020), Kemenkop akan Prioritaskan Pengembangan Wirausaha Muda. Retrieved March 1, 2021, from republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/qm5mmq423/2021-kemenkop-akan-prioritaskan-pengembangan-wirausaha-muda>
- Wibowo, D. M. (2020). Permasalahan SDM dan Manajemen UMKM. Retrieved March 1, 2021, from investor.id: <https://investor.id/opinion/permasalahan-sdm-dan-manajemen-umkm>.
- Yunaz, H; Putri; Mulyati. (2022). Strategi Peningkatan SDM Wirausaha Kue Coklat Berbahan Dasar Lokal. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin (JAMMU)*. 34-41