

PKM KELOMPOK USAHA IBU RUMAH TANGGA KELURAHAN LAKARSANTRI KOTA SURABAYA

Hendrik Rizqiawan^{1*}

Manajemen, Universitas Wijaya Putra (penulis 1)
email: hendrikrizqiawan@uwp.ac.id

Iful Novianto²

Manajemen, Universitas Wijaya Putra (penulis 2)
email: ifulnovianto@uwp.ac.id

Subaderi³

Teknik Industri, Universitas Wijaya Putra (penulis 3)
email: subaderi@uwp.ac.id

ABSTRACT

This Community Service Activity (PKM) has a partner who is a housewife business group located in Lakarsantri Village, Lakarsantri District, Surabaya City. The snack product produced and marketed by partners is Semanggi Stick. However, there are several problems faced by partners while running their business. PKM activities in the form of training, mentoring and accompanied by the procurement of equipment aim to assist partners in overcoming several problems, including in the production process, labeling, packaging, business management, and marketing. Of course, by overcoming these problems, there is an increase in the skills, productivity and quality of partner products. This can be seen from the increase in production capacity, where partners are able to produce 6 to 8 recipes per week from an average of 2 recipes at the same time. Current partner products are also able to last more than 1 month, which previously only has a maximum durability of 2 weeks.

Keywords: Empowerment, Entrepreneurship, Self-Reliance, Surabaya

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini memiliki mitra yang merupakan kelompok usaha ibu rumah tangga yang berada di Kelurahan Lakarsantri Kecamatan Lakarsantri Kota Surabaya, persisnya di RW 02. Adapun produk makanan ringan yang mitra produksi dan pasarkan ialah stick semanggi. Namun ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama menjalankan usahanya. Kegiatan PKM yang berupa pelatihan, pendampingan dan disertai pengadaan peralatan ini bertujuan untuk membantu mitra dalam mengatasi beberapa permasalahan, antara lain pada proses produksi, label, pengemasan, manajemen usaha, dan pemasaran. Tentunya dengan teratasinya permasalahan-permasalahan tersebut, ada peningkatan pada sisi ketrampilan, produktivitas dan kualitas produk mitra. Hal tersebut terlihat dari peningkatan kapasitas produksi, dimana mitra mampu memproduksi 6 sampai 8 resep per minggu dari semula rata-rata 2 resep pada waktu yang sama. Produk mitra saat ini juga mampu bertahan hingga 1 bulan lebih jika dibandingkan sebelumnya yaitu hanya memiliki daya tahan maksimal 2 minggu.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Kewirausahaan, Mandiri, Surabaya

1. PENDAHULUAN

Mitra adalah kelompok usaha ibu rumah tangga yang berada di Kelurahan Lakarsantri

Kecamatan Lakarsantri Kota Surabaya, terdiri dari beberapa ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di RW 02. Diantara anggota kelompok

*Koresponden

pernah mendapatkan pelatihan dan pendampingan yang diadakan oleh Pemerintah Kota Surabaya, melalui Dinas Pengendalian Penduduk, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP5A) Kota Surabaya yang bekerja sama dengan tim Dosen dari FEB Universitas Wijaya Putra. Pelatihan dan pendampingan tersebut merupakan inkubasi usaha mandiri yang berupa pelatihan produksi makanan ringan dalam kurun waktu 5 bulan dengan mengedepankan partisipasi peserta. Model pendampingan partisipatif itu sendiri merupakan model yang paling efektif untuk program inkubasi UMKM yang bergerak di produk pangan (Hasbullah et al., 2014) [1]. Kelompok tersebut sepakat untuk memulai usaha makanan ringan sedari dua tahun yang lalu, dan adapun produk makanan ringan mitra ialah stick semanggi. Namun ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama menjalankan usahanya.

Permasalahan pertama ialah pada proses produksi, mitra kurang memedulikan pentingnya faktor higienitas dalam pengelolaan pangan. Mitra juga masih menggunakan peralatan produksi dan pengemasan yang konvensional sehingga produktivitasnya tidak maksimal. Mitra sering kesulitan jika ada pesanan dari jauh, karena dengan kemasan yang sekarang produk rentan rusak jika didistribusikan lewat perusahaan ekspedisi. Label kemasan juga dinilai kurang menarik perhatian konsumen. Permasalahan berikutnya pada manajemen usaha, yaitu manajemen SDM dalam pembagian kerja yang tidak dijalankan dengan baik, kurangnya motivasi anggota kelompok mitra dalam berwirausaha dan pembukuan keuangan yang tidak dilakukan dengan tepat dan berkala. Pada pemasaran, mitra sejauh ini menjual produknya dengan dijual keliling (melalui salah satu anggota kelompok), dititipkan warung sekitar dan melayani pesanan. Mitra belum mencoba memasarkan produknya pada tempat-tempat lain seperti kantin sekolah, kampus dan kantor. Mitra belum memaksimalkan media teknologi informasi mitra dalam aktivitas pemasaran, sejauh ini hanya menggunakan sebar informasi dari mulut ke mulut (melalui sms dan telepon) dan aplikasi Whatsapp saja sebagai media promosi dan penjualan. Pemanfaatan

media teknologi informasi yang tidak maksimal disebabkan diantaranya karena rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap manfaat dari teknologi informasi dalam proses mengembangkan usaha mereka (Lubis & Junaidi, 2016) [2]. Oleh karena itu perlu diselenggarakannya kembali pelatihan dan pendampingan kepada mitra agar segala permasalahan dapat diatasi, usaha yang mitra jalankan dapat berkembang dan tentunya peningkatan ekonomi mitra dapat terwujud. Pemberdayaan kepada UMKM dapat membantu dalam meningkatkan dan mengembangkan masing-masing usaha mereka (Kurniawan & Fauziah, 2014) [3].

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada bulan Maret hingga November tahun 2020 dengan pendanaan dari Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional Republik Indonesia (Kemristek/BRIN). Adapun tim pelaksana terdiri dari dosen Universitas Wijaya Putra yaitu Hendrik Rizqiawan, SE., MM. (FEB), Iful Novianto, SH., MM. (FEB) dan Ir. Subaderi, MM. (FT).

Metode pelaksanaan yang dilakukan dan menjadi solusi dari berbagai permasalahan mitra, antara lain:

1. Pengadaan perlengkapan higienitas dalam pengelolaan pangan serta pendampingan dalam penggunaannya pada proses produksi.
2. Pelatihan dan pendampingan terkait keamanan pengolahan pangan.
3. Pengadaan peralatan produksi dan pengemasan yang lebih modern, serta pelatihan dan pendampingan dalam pengoperasian berikut cara perawatannya.
4. Pengadaan kemasan lain berupa toples agar jika didistribusikan jarak jauh produk tidak rentan rusak, juga kemasan lain yang lebih menarik yaitu *stand pouch ecopack* dan *paper bag*.
5. Perbaikan desain label kemasan supaya produk lebih menarik dan menyesuaikan dengan aturan PIRT.
6. Pelatihan dan pendampingan manajemen usaha yaitu manajemen SDM terkait

pembagian kerja, motivasi berwirausaha dan pembukuan keuangan.

7. Pelatihan dan pendampingan pemasaran, berupa pelatihan strategi pemasaran efektif (seperti negosiasi dan komunikasi dengan konsumen dan mitra), pendampingan untuk menjalin koneksi dalam pemasaran (penjualan) dengan pihak dan dinas terkait, dan memaksimalkan penggunaan media teknologi informasi untuk meningkatkan jangkauan pasar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengadaan perlengkapan higienitas

Pada proses produksi sebelumnya, mitra kurang memedulikan pentingnya faktor higienitas. Proses produksi dilakukan ala kadarnya tanpa menggunakan perlengkapan higienitas. Hal tersebut riskan apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan pada produk mitra yang berupa makanan, seperti tercampur rambut, benda asing dan sebagainya, tentunya dapat berakibat pada menurunnya kualitas produk.



Gambar 1. Proses Produksi dilakukan Menggunakan Perlengkapan Higienitas

Oleh karena itu pengadaan perlengkapan higienitas seperti hair cap, sarung tangan, masker, celemek dan meja produksi, serta pendampingan dalam penggunaannya pada proses produksi merupakan hal pertama yang disentuh pada kegiatan ini. Faktor hygiene pada pengolahan makanan memiliki pengaruh terhadap kualitas makanan yang dihasilkan (Auliya & Aprilia, 2016) [4], dan pada kasus ini adalah produk mitra yang berupa stick semanggi.

3.2 Pelatihan dan pendampingan terkait keamanan pengolahan pangan

Kurangnya informasi terkait keamanan dalam pengolahan pangan juga menjadi salah satu aspek yang membuat mitra sebelumnya memproduksi produknya tanpa memedulikan faktor higienitas, disamping kekurangan akses & modal dalam pengadaan perlengkapan higienitas. Walaupun pada pelatihan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Surabaya pada tahun 2018 lalu sudah diberikan materi seputar bagaimana memproduksi produk pangan dengan baik dan aman, namun mitra cenderung melupakannya dan melakukan proses produksi dengan ala kadarnya. Mengetahui hal tersebut, maka tim selain melakukan pengadaan perlengkapan higienitas juga melakukan pelatihan dan pendampingan terkait keamanan pengolahan pangan, sehingga mitra peduli bahwa keamanan dalam pengolahan produk makanan merupakan hal yang penting. Pelatihan dan pendampingan ini juga memberikan kesempatan kepada mitra untuk mengajukan dan mendapatkan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan yang diselenggarakan secara online oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya. Dengan pengetahuan dan kemampuan yang cukup, mitra mampu memproduksi produk yang aman dan tidak berbahaya. Karena salah satu hak konsumen ialah merasa aman dan adanya keselamatan dalam mengonsumsi suatu produk (Lestari, 2020) [5], terutama produk yang terkait dengan makanan.

3.3 Pengadaan peralatan produksi dan pengemasan yang lebih modern

Penggunaan peralatan konvensional pada proses produksi yang mitra jalankan sebelumnya menyebabkan tidak maksimalnya produktivitas. Selain berpengaruh pada kualitas yang dihasilkan juga berefek pada biaya produksi, hal tersebut juga menyebabkan harga produk mitra tidak dapat bersaing dengan produk lain. Pada proses pengemasan juga dilakukan cukup konvensional, yaitu menggunakan panas lilin (untuk ukuran kecil) dan menggunakan *stand pouch* (ukuran lebih besar) yang diselotip ujungnya. Pengemasan tersebut cukup menyita waktu (tidak efisien) dan kurang efektif. Dengan kondisi mitra yang masih menggunakan

peralatan produksi dan pengemasan yang konvensional, maka dibutuhkan peralatan produksi dan pengemasan yang lebih modern, seperti mesin pengaduk adonan, alat penggiling sekaligus pemotong adonan, penggorengan kapasitas besar dan *electric sealer*.

Dengan adanya peralatan produksi tersebut terbukti adanya peningkatan kapasitas produksi yang semula rata-rata 2 resep per minggu menjadi 6 sampai 8 resep. Produk juga lebih bertahan lama dengan adanya *electric sealer*, dari 2 minggu menjadi 1 bulan atau lebih. Selain memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pengoperasian peralatan produksi dan pengemasan yang lebih modern tersebut, tim juga memberikan pelatihan dan pendampingan cara perawatannya. Hal tersebut bertujuan agar kerusakan peralatan dapat diminimalisir di kemudian hari.



Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan Proses Produksi dan Pengemasan

3.4 Pengadaan Kemasan Lain

Selama ini mitra mengemas produknya dengan kemasan berupa *stand pouch* bening polos berukuran 70 gram dan plastik biasa yang dilekatkan menggunakan panas lilin untuk ukuran yang lebih kecil. Dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, mitra mendapatkan tambahan varian kemasan dan menghilangkan kemasan plastik biasa agar dapat lebih menarik minat konsumen. Kemasan baru tersebut antara lain kemasan toples (200 gram), *stand pouch ecopack* (100 gram), *stand pouch* bening polos 40 gram dan *paper bag* untuk paket oleh-oleh. Dengan bertambahnya pilihan varian kemasan produk (toples, *stand pouch ecopack* dan *paper bag* diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk mitra. Terbukti beberapa konsumen menyukai produk kemasan baru yang mitra pasarkan. Kemasan adalah salah satu dari beberapa faktor yang dapat

mempengaruhi minat beli konsumen (Mufreni, 2016) [6]. Kemasan baru berupa toples juga bertujuan agar produk tidak rentan jika didistribusikan jarak jauh rusak (menggunakan jasa ekspedisi). Peran kemasan antara lain melindungi produk dari kerusakan dan mempermudah dalam pengangkutan transportasi (distribusi) (Sucipta et al., 2017) [7].



Gambar 3. Produk Mitra dengan Tambahan Kemasan Baru Toples (200 gram), *Stand Pouch Ecopack* (100 gram), dan *Stand Pouch Bening* 40 gram

3.5 Perbaikan Desain Label Kemasan

Sebelumnya mitra sudah menggunakan label yang diletakkan pada kemasan produknya, namun tim merasa perlu ada perbaikan agar produk lebih menarik dan informasi yang tertera sesuai dengan aturan PIRT. Perbaikan label yang dilakukan antara lain: 1) Perbaikan logo, yang semula hanya logo daun semanggi ditambahkan logo utama berupa siluet gambar tim agar mereka dapat meningkatkan motivasi mereka agar lebih kompak dan semangat dalam mengelola usaha tersebut; 2) Perbaikan jargon; 3) Penambahan kontak person dan informasi media internet yang dapat dihubungi; 4) Penambahan masa kadaluarsa dan kode produksi; 5) Penambahan varian rasa produk. Dengan label yang lebih menarik dan cukupnya informasi yang tertera, diharapkan calon konsumen lebih terpancing perhatiannya dan berhasrat untuk melakukan transaksi. Label kemasan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, khususnya pada produk makanan (Prinsloo et al., 2012) [8].

3.6 Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha

Pada pelatihan dan pendampingan manajemen usaha, tim memberikan pendekatan berupa: 1) Pelatihan motivasi berwirausaha. Pelatihan motivasi berwirausaha diperlukan karena pandemi covid19 sangat mempengaruhi proses usaha mitra, bahkan lebih dari 3 bulan mitra tidak melakukan proses produksi sama sekali. Hal tersebut tentunya dapat berimbas terhadap motivasi mitra dalam menjalankan usahanya. Pemberian pelatihan dan pendampingan yang intensif dengan materi motivasi dibutuhkan pada kegiatan pemberdayaan dengan karakteristik peserta tidak produktif dan kondisi ekonomi yang rendah (Rizqiawan et al., 2019) [9]; 2) Pelatihan dan pendampingan terkait manajemen SDM terutama dalam pembagian kerja. Sebelumnya, tidak jarang anggota kelompok mitra tiba-tiba tidak ikut produksi tanpa kabar padahal sedang ada pesanan, hal ini tentunya membuat proses produksi tidak berjalan semestinya dan berimbas kepada kepercayaan pelanggan. Dengan adanya Pelatihan dan pendampingan terkait manajemen SDM berupa pembagian kerja dan motivasi, diharapkan hal itu tidak terulang kembali. Pembagian kerja yang tepat memiliki kontribusi yang tinggi dalam tercapainya kinerja yang telah ditetapkan (Kania & Widiawati, 2019) [10]; 3) Pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan. Mitra belum terbiasa melakukan pembukuan keuangan dengan baik, pembukuan keuangan tidak dilakukan dengan tepat dan berkala. Hasil yang didapatkan dari berjualan pada hari tertentu tidak selalu didata, yang kemudian digunakan sebagai modal untuk produksi berikutnya dan sisanya dibagi kepada anggota kelompok mitra yang berkontribusi. Terkadang anggota kelompok mitra juga menggunakan hasil penjualan untuk keperluan pribadi tanpa dicatat, hanya diomongkan saja. Hal tersebut tentunya membuat mitra bingung berapa nilai keuntungan sebenarnya atau mungkin kerugian yang dialami. Pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan dapat membiasakan mitra mengelola aktivitas keuangannya dengan baik dan tertib. Dengan melakukan pembukuan keuangan yang baik dan tertib diharapkan dapat meningkatkan

pendapatan mitra, dikarenakan kemampuan administrasi keuangan selaras dengan peningkatan penghasilan UKM (Afkar et al., 2018) [11]. Pendampingan berupa peningkatan tata kelola dan manajemen keuangan pada usaha UMKM juga dapat menciptakan efektifitas dan efisiensi dalam usaha (Rianto et al., 2020) [12].



Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Pembagian Kerja dan Motivasi



Gambar 5. Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Keuangan

3.7 Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran

Pada pelatihan dan pendampingan ini tim memberikan beberapa pendekatan, antara lain:

- Pelatihan terkait strategi pemasaran efektif (seperti negosiasi dan komunikasi dengan konsumen dan mitra). Mitra dituntut bersikap ramah dan komunikatif jika menghadapi konsumen. Bersikap sopan, ramah dan komunikatif merupakan sebagian indikator yang dapat membuat konsumen puas (Rizqiawan & Prihantono, 2020) [13].
- Pelatihan dan pendampingan terkait penggunaan media teknologi informasi yang variatif dalam aktivitas pemasaran. Sebelumnya mitra hanya menggunakan whatsapp sebagai media teknologi dalam

pemasarannya. Tim memberikan Pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan *marketplace* untuk memasarkan produknya lebih luas. Seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan OLX. Media *marketplace* mampu meningkatkan pendapatan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah baik secara langsung maupun tidak langsung (Mutianingrum, 2019) [14]. Penjualan online juga memiliki pengaruh terhadap omzet penjualan (Wulansari, 2015) [15]. Selain pemanfaatan *marketplace*, mitra juga didampingi memanfaatkan media sosial (Facebook dan Instagram) sebagai media promosi produk mereka. Penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram merupakan metode melakukan promosi yang tepat (Salim et al., 2020) [16].

- c. Pendampingan agar mitra terkoneksi dengan pihak yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran. Meskipun mitra sudah memasarkan produknya menggunakan media online (internet), tapi pemasaran offline harus tetap ada dan diperhatikan. Karena tidak semua masyarakat bisa menggunakan media online untuk mencari dan melakukan pembelian suatu produk. Walaupun mengalami kenaikan sebesar 10 persen dari tahun sebelumnya, penduduk Indonesia yang menggunakan internet pada tahun 2018 masih sebanyak 64% (APJII, 2019) [17]. Oleh sebab itu, perlu adanya mediasi antara mitra dengan pelaku usaha retail (offline) seperti toko kelontong, kantin, depot dan warung guna memperluas jangkauan penjualan. Namun tidak dipungkiri, pandemi covid19 membuat pendampingan ini tidak berjalan maksimal, masih banyak kantin sekolah dan kantor yang tutup. Tapi tim masih berkesempatan memediasi mitra untuk memasarkan produknya dengan menjalin koneksi dengan beberapa depot atau warung.

4. SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang mendapatkan pendanaan dari Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional (Kemenristek/BRIN) Republik Indonesia, dan terdiri dari pelatihan, pendampingan, disertai pengadaan peralatan ini,

menyimpulkan bahwa program pemberdayaan kelompok usaha yang khususnya beranggotakan ibu-ibu rumah tangga dibutuhkan pelatihan dan pendampingan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Tim dituntut komunikatif dan ajeg dalam memonitoring proses kegiatan, walau pada beberapa kondisi tim juga diharuskan tegas. Pada program pemberdayaan terlebih dengan mitra perempuan, komunikasi merupakan aspek utama yang perlu diperhatikan (Dewi et al., 2018). Diperlukan pelatihan yang bertujuan untuk mengubah pola pikir/paradigma sebagai seorang wirausaha agar UKM menjadi kuat, tidak manja, kreatif, inisiatif dan produktif (Umasugi, 2012) [19].

Beberapa permasalahan yang terjadi sebelumnya dinilai cukup terselesaikan dengan baik berkat adanya program ini. Proses produksi sekarang lebih efektif dan efisien, dimana adanya peningkatan kapasitas produksi yang tentunya berimbas pada omzet yang dihasilkan mitra. Ada perbaikan label dan kemasan produk semakin variatif dan “aman”. Manajemen usaha khususnya pada manajemen SDM dapat dijalankan oleh mitra walau masih butuh monitoring dan evaluasi di kemudian hari. Dan pada aspek pemasaran, dengan adanya media pemasaran online tambahan yaitu *marketplace* mampu memperluas pemasaran yang dilakukan oleh mitra, tentunya hal tersebut berimbas pada peningkatan penjualan. Tim cukup optimis jika usaha mitra dapat terus berkembang, disamping karena beberapa permasalahan mitra dapat teratasi dengan adanya program ini, produk mitra dinilai memiliki keunikan khas jika dibandingkan produk sejenis lainnya. Selain memiliki khas, stick semanggi mitra juga menyehatkan. Ekstrak methanol semanggi air mempunyai antioksidan yang tinggi sehingga semanggi air dapat dimanfaatkan dalam usaha pangan (Nurjanah et al., 2012) [20]. Nutrisi di dalam tanaman semanggi dapat mencegah perkembangan sel kanker payudara, tuberkulosis dan mengurangi resiko kanker getah bening di dalam tubuh. Daun tanaman semanggi juga dapat berkhasiat sebagai peluruh air seni (Afriastini dalam Saleh & Soediro, 2017) [21]. Produk mitra yang termasuk di industri makanan juga merupakan salah satu sektor usaha yang paling dinikmati dan pada 5 tahun terakhir secara

rata-rata mengalami kenaikan sebesar 3% per tahun (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2016) [22]. Disamping hal tersebut, peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk menjembatani mitra dengan berbagai akses, baik pemasaran, legalitas hingga finansial. Terlebih pada kegiatan pengabdian masyarakat yang menysasar masyarakat, akan lebih maksimal jika antara lembaga perguruan tinggi dan pemerintah dapat bersinergi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang kami sampaikan kepada:

1. Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional (Kemenristek/BRIN) Republik Indonesia;
2. Dinas Pengendalian Penduduk, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Pemerintah (DP5A) Kota Surabaya;
3. Pemerintah Kecamatan Lakarsantri Kota Surabaya;
4. Pengurus warga RT. 01 dan RW 02 Kelurahan Lakarsantri Kecamatan Lakarsantri Kota Surabaya;
5. Universitas Wijaya Putra Surabaya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB);
6. Para Narasumber luar dan segala pihak yang tidak dapat disebut satu persatu.

6. REFERENSI

- [1] Hasbullah, R., Surahman, M., Yani, A., Almada, D. P., & Faizaty, E. N. 2014. Model Pendampingan UMKM Pangan Melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (Mentoring Model for Food Sector of SMEs through Business Incubator of University). *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*. 19 (April): 43–49.
- [2] Lubis, T. A., & Junaidi, J. 2016. Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*. 3 (3): 163–174.
- [3] Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. 2014. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*. 2 (2): 165–176.
- [4] Auliya, A., & Aprilia, D. N. 2016. Pengaruh Hygiene Pengolahan Makanan Terhadap Kualitas Makanan di Hotel Aston Rasuna Jakarta. *Hospitality Dan Pariwisata*. 2 (2): 216–227.
- [5] Lestari, T. R. P. 2020. Keamanan Pangan Sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat Sebagai Konsumen. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*. 11 (1): 57–72.
- [6] Mufreni, A. N. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Ekonomi Manajemen*. 2 (November): 48–54.
- [7] Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kencana, P. K. D. 2017. *Pengemasan Pangan - Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien*. Edisi Pertama. Udayana University Press. Denpasar.
- [8] Prinsloo, N., Merwe, D. V. D., Bosman, M., & Erasmus, A. 2012. A critical review of the significance of food labelling during consumer decision making. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*. 40: 83–98.
- [9] Rizqiawan, H., Karlin, K., Iswoyo, A., Murti, A. B., & Fauzuddin, Y. 2019. Fasilitasi Inkubasi Usaha Mandiri Kecamatan Lakarsantri Kota Surabaya Tahun 2018. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*. 2: 1138–1146.
- [10] Kania, I., & Widiawati, W. 2019. Pengaruh Pembagian Kerja terhadap Kinerja Pegawai di UPTD Pasar Cisirupan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kecamatan Cisirupan Kabupaten Garut. *Jurnal Pembangunan Dan Kebijakan Publik*. 10 (2): 23–32.
- [11] Afkar, T., Waryanto, R. B. D., & Istikhoroh, S. 2018. Upaya Peningkatan Penghasilan UKM dengan Tertib Administrasi Keuangan di Desa Kenongo Kecamatan Tulangan

- Sidoarjo. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 3 (September): 351–357.
- [12] Rianto, H., Olivia, H., & Fahmi, A. 2020. Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. 4 (2): 291–299.
- [13] Rizqiawan, H., & Prihantono, D. 2020. Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan pada Modern Retail Minimarket dengan Toko Kelontong di Kota Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*. 3 (3): 201–210.
- [14] Mutianingrum, R. A. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Via Platform Online Marketplace dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan Pelaku UKM (Studi pada Pelaku UKM di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. 7 (2).
- [15] Wulansari, D. A. 2015. Pengaruh Penjualan Online terhadap Omzet Penjualan Butik Zieta Desa Sewulan Kec. Dagangan Kab. Madiun. *EQUILIBRIUM*. 3 (2): 134–143.
- [16] Salim, E., Hendri, H., & Robianto, R. 2020. Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja dalam Menghadapi Era Digital pada UMKM Café Tirtasari Kota Padang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. 4 (1): 10–17.
- [17] Tim APJII. 2019, *Buletin APJII Edisi-40 2019*, APJII, dilihat 28 September 2020, <<https://apjii.or.id/content/read/104/418/BULETIN-APJII-EDISI-40---Mei-2019>>
- [18] Dewi, M., Nurohmah, A., & Rahayu, N. S. 2012. Pemberdayaan Perempuan Melalui Usaha Batik Tulis: Sebuah Pengalaman dari Pelaksanaan Program Iptek bagi Masyarakat (IbM) di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*. 2 (2): 24–35.
- [19] Umasugi, L. 2012. Pendekatan Dinamis dalam Pengembangan UKM di Kota Ternate. *Jurnal Ilmiah Agribisnis Dan Perikanan (Agrikan UMMU-Ternate)*. 5 (1): 20–27.
- [20] Nurjanah, Azka, A., & Abdullah, A. 2012. Aktivitas Antioksidan Dan Komponen Bioaktif Semanggi Air (Marsilea Crenata). *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*. 1 (3): 152–158.
- [21] Saleh, N. J., & Soediro, M. 2017. Serbuk Semanggi sebagai Minuman Herbal. *Teknoboga*. 4 (1): 24–29.
- [22] Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2016, *BKPM: Industri Makanan Paling Diminati di Sektor Manufaktur*, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dilihat 14 September 2020, <<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/siaran-pers/readmore/2398901/57401>>