

## **PENGUATAN USAHA DAN PENINGKATAN BRANDING PADA WARUNG BAKSO 'MAS DI' MELALUI PROGRAM KEMANDIRIAN MASYARAKAT**

Dr. Ir. Winarno, M.Kom.<sup>1</sup>, Yoanita Alexandra, S.E., M.Par.<sup>2</sup>, Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D.<sup>3</sup>

Universitas Multimedia Nusantara

[pmwinarno@umn.ac.id](mailto:pmwinarno@umn.ac.id), [yoanita.alexandra@umn.ac.id](mailto:yoanita.alexandra@umn.ac.id), [arief.iswariyadi@umn.ac.id](mailto:arief.iswariyadi@umn.ac.id)

### **Abstrak**

Dampak pandemik telah menimpa UMKM Bakso, baik yang berjualan secara keliling maupun di warung menetap di rumahan. Walau usaha bakso terkena dampak pandemik, usaha bakso masih merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan bagi pelaku usahanya. Hal ini karena bakso merupakan makanan yang digemari masyarakat, seperti Warung Bakso rumahan yang berlokasi di Perumahan Legok Permai, Desa Legok, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang. Warung bakso tersebut telah berjalan dengan baik sejak 2017. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini akan membantu UMKM Bakso rumahan dalam peningkatan proses produksi dan peningkatan pemasaran. Tim akan memberikan pelatihan dan pendampingan proses produksi dan pemasaran. Pelatihan proses produksi antara lain dengan mengenalkan standar resep yang membuat rasa dan rupa bakso konsisten, memenuhi standar higienes dan penyajian menarik. Sedangkan dalam peningkatan pemasaran akan diberi pelatihan bagaimana membuat branding dan pemasaran dalam transformasi digital, seperti memanfaatkan media sosial dan pemasaran menggunakan market place. Disamping itu tim juga akan memberi bantuan yang akan diberikan yaitu berupa penambahan perlengkapan penyajian bakso, seperti mangkok, sendok garpu, dan perlengkapan dapur seperti kompor, gas dan dandang. Berdasarkan kegiatan KKM (Kegiatan Kemandirian Masyarakat) yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa Pengabdian Kepada Masyarakat "Peningkatan Usaha dan Branding Warung Bakso Rumahan telah berhasil dilaksanakan, yang meliputi: Peningkatan produksi/kualitas pelayanan dan peningkatan pemasaran/branding.

**Kata Kunci** : UMKM Bakso, Pandemik, Branding UMKM

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak besar terhadap perekonomian Indonesia (Alexandra & Situmorang, 2021), termasuk sektor UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha terbesar di Indonesia yang memiliki daya tahan terhadap berbagai krisis ekonomi. Peran UMKM sangat signifikan dalam perekonomian nasional, karena sektor ini menjadi kontributor utama terhadap PDB, menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, dan relatif tangguh menghadapi krisis keuangan (Idris, 2021). Bank Indonesia mencatat bahwa 87,5 persen UMKM mengalami dampak pandemi Covid-19, terutama pada penurunan penjualan sebesar 93,2 persen. Berdasarkan survei, pandemi berdampak pada pendapatan, laba, dan arus kas UMKM. Namun, tidak semua UMKM terdampak secara negatif. Sebanyak 12,5 persen UMKM tetap stabil, bahkan 27,6 persen melaporkan peningkatan penjualan (Saputra, 2021).

Indonesia memiliki beragam makanan dan minuman lokal yang dapat menjadi aset untuk mempromosikan pariwisata. Pertumbuhan sektor kuliner di Indonesia, termasuk UMKM, berpotensi memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi wisata kuliner (Alexandra, Harianto, & Choirisa, 2020). Salah satu UMKM yang terdampak pandemi adalah usaha bakso, baik pedagang keliling maupun warung tetap. Meskipun terkena dampak, usaha bakso tetap menjadi bisnis yang menjanjikan karena tingginya minat masyarakat terhadap makanan ini. Contohnya adalah Warung Bakso di Perumahan Legok Permai, Desa Legok, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, yang telah beroperasi sejak 2017. Menu yang ditawarkan beragam, termasuk bakso urat,

bakso beranak, bakso selimut, bakso tulang iga, dan mie ayam.

Sebelum pandemi, warung bakso ini menghasilkan omzet harian sebesar satu juta rupiah. Namun, selama dua tahun pemberlakuan PPKM, usaha ini harus berhenti beroperasi. Setelah pelanggaran PPKM, warung tersebut kembali memulai usahanya, meskipun menghadapi tantangan besar seperti kerusakan fasilitas usaha, peralatan, dan penurunan jumlah pelanggan. Perbaikan terhadap sarana dan strategi usaha kini menjadi prioritas untuk mengembalikan operasional warung bakso tersebut ke kondisi optimal.

Warung Bakso rumahan tersebut membutuhkan dana yang cukup besar. Sementara dana yang telah ditabung selama ini, dapat dikatakan telah habis untuk pengeluaran sehari-hari di masa pandemi. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelaku UMKM Bakso rumahan, yaitu Bapak Tardi, pemilik Warung Bakso "Mas DI", maka diperoleh informasi bahwa untuk menjalankan kembali usahanya tersebut, Bapak Tardi perlu memperbaiki warung baksonya, yang mencakup kios bakso, berupa tiang, dinding dan lantai warung; perlengkapan meja dan kursi, gerobak bakso, mangkok dan gelas, sendok, garpu, serta kompor dan gas. Demikian pula perlu membuat spanduk serta daftar menu baru sebagai sarana branding. Namun demikian, pelaku usaha UMKM Bakso tersebut sudah kehabisan modal karena pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari tidak bisa dihentikan. Oleh karena itu untuk menjalankan lagi usaha UMKM Bakso tersebut memerlukan uluran tangan dari pihak lain, salah satunya lewat program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan menggunakan dana hibah Pemerintah. Walaupun bantuan tidak dapat untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan,

tapi tetap saja untuk menghidupkan kembali usaha UMKM Bakso tersebut memerlukan bantuan.

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu membantu UMKM Bakso rumahan dalam peningkatan proses produksi dan peningkatan pemasaran. Tim akan memberikan pelatihan dan pendampingan proses produksi dan pemasaran. Pelatihan proses produksi antara lain dengan mengenalkan standar resep yang membuat rasa dan rupa bakso konsisten, memenuhi standar higienes dan penyajian menarik. Sedangkan dalam peningkatan pemasaran akan diberi pelatihan bagaimana membuat branding dan pemasaran dalam transformasi digital, seperti memanfaatkan media sosial dan pemasaran menggunakan market place. Disamping itu tim juga akan memberi bantuan yang akan diberikan yaitu berupa penambahan perlengkapan penyajian bakso, seperti mangkok, sendok garpu, dan perlengkapan dapur seperti kompor, gas dan dandang. Kegiatan ini dirancang untuk mencapai IKU bagi dosen dan mahasiswa. Dosen dapat memenuhi IKU 3 melalui aktivitas di luar kampus yang memberikan pengalaman di dunia industri; IKU 5 melalui penerapan hasil karya dosen oleh masyarakat; IKU 7 dengan penyelenggaraan kelas yang bersifat kolaboratif dan partisipatif, seperti menggunakan pendekatan studi kasus; serta IKU 8 melalui kolaborasi program studi dengan mitra, dalam hal ini UMKM Bakso Rumahan. Bagi mahasiswa, kegiatan ini memberikan kesempatan untuk



memenuhi IKU 2 melalui pengalaman di luar kampus.

## METODE

### 1. Diskusi dan Interview Awal mengenai Bisnis bakso.

Dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat terhadap warung bakso rumahan Mas Di, tahap awal merupakan pelatihan fokus pada peningkatan operasional dapur serta pembuatan menu. Tahapan awal dilaksanakan dengan mengundang Chef Wahyu, salah satu *owner* dari *food consultant group* di Indonesia. Chef Wahyu mempunyai pengalaman menjadi konsultan menu dan makanan di banyak restoran dan hotel di Indonesia, baik skala UMKM sampai industri besar. Tahap awal dilaksanakan dengan melakukan diskusi awal dan interview dengan Pak Tardi dan istri mengenai bisnis warung bakso selama berdiri. Dengan menggunakan SWOT analisis kemudian penilaian atau identifikasi (*assesment*) kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threath*) Warung Bakso Rumahan dilakukan. Faktor internal ataupun eksternal yang mempengaruhi bisnis warung bakso rumahan juga dilaksanakan. Penggunaan SWOT analisis sudah banyak digunakan dalam penelitian UMKM, seperti yang dilakukan oleh Anggraeni, P, Sunarti, dan M. K. Mawardi (2017) dan Sianturi, R. D. (2020).

### 2. Diskusi dan pendalaman mengenai flow operasional bisnis bakso dan permasalahan yang ada.

Untuk dapat lebih memahami permasalahan yang ada dalam operasional bisnis bakso, dilakukan pendalaman mengenai jalannya operasional bisnis bakso.

Mulai dari bahan mentah, pengolahan bakso, penyimpanan bakso, proses pemasakan, sampai ke penyajian bakso sampai ke tamu.

Gambar 1. Diskusi dan Interview Awal mengenai Bisnis bakso

### 3. Pendalaman dan pembentukan keperluan peningkatan bisnis (resep standar, HPP, menu, dll).

Setelah mengetahui flow operasional bisnis bakso, dan permasalahan yang ada, kemudian dibuatlah standarisasi menu. Standarisasi menu ini berfungsi untuk menjaga kualitas dan rasa bakso agar tetap sama, dan juga sebagai alat kontrol biaya produksi makanan. Dalam tahap ini dilakukan pencatatan list belanja, pencatatan harga belanja, pembagian resep serta mengukur berat bahan baku per resep yang ada di menu.

Data dicatat dan dihitung menggunakan *Microsoft Excel*, untuk mempermudah dan dapat diadaptasi kembali oleh pihak warung bakso jika akan ada perubahan harga atau resep di masa depan.



Gambar 2. Proses pengolahan bakso

### 4. Pemberian alat-alat penunjang usaha warung bakso

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pemberian alat-alat penunjang usaha warung bakso, seperti perlengkapan dapur dan perlengkapan warung lainnya.



Gambar 3. Pemberian peralatan penunjang usaha

### 5. Pemberian rekomendasi bisnis berdasarkan kesimpulan yang diambil dari observasi HPP, tes rasa bakso dan kegiatan operasional.

Setelah pencatatan data yang diperlukan dalam pembuatan standarisasi menu, dilakukan tes rasa bakso. Chef Wahyu kemudian mencatat dan memberikan masukan terkait dengan ukuran bakso, cara penyajian, serta harga yang diberikan. Setelah proses pencatatan, dan penghitungan HPP serta standarisasi resep dilakukan (Marisya, F., 2022, dan Sari, Y. I. dan Yulianan, 2021), kemudian dilakukan pemberian rekomendasi berdasarkan kesimpulan yang diambil dari observasi dan data yang telah didapatkan. Pemberian materi HPP terhadap pelaku UMKM sangat penting karena pada umumnya mereka masih belum memahami (Fadillah, S., M. Maemunah, dan N. Hernawan, 2021).

Kegiatan ini dilaksanakan melalui aplikasi Zoom, dan kemudian Chef Wahyu mengungkapkan “penemuan” dalam hasil observasi bisnis dan menjelaskan dampaknya bagi usaha warung bakso “Mas Di”. Selain itu, Pak Tardi selaku pemilik warung juga diberi pelatihan untuk dapat menggunakan *template excel* serta cara membaca data yang dihasilkan dalam penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Rekomendasi profesional juga diberikan, sehingga pihak warung bisa melakukan adaptasi yang diperlukan.



Gambar 4. Proses pencatatan resep standar

## 6. Pembuatan Menu dan Banner baru dengan adaptasi harga

Setelah harga ditetapkan, pembuatan menu dengan desain baru dilaksanakan. Desain Menu dan Banner dilakukan dengan persetujuan desain dari Pak Tardi selaku pemilik warung. Banner dibuat lebih besar dari sebelumnya, serta foto bakso juga lebih besar sehingga dapat menarik orang dari jauh. Selain itu pemilihan warna kuning sebagai latar, serta warna merah dalam judul brand warung bakso “Mas Di” digunakan untuk dapat menarik perhatian pengunjung.

## 7. Pemasangan Banner Baru dan Menu

Setelah desain banner dan menu telah selesai, tahap berikutnya merupakan pencetakan dan pemasangan di warung bakso rumahan.

## 8. Pelatihan Marketing

Pada Hari Rabu, 21 Desember 2022, telah diadakan pelatihan Marketing dengan menghadirkan Narasumber Bapak Ir. Parikin, M.M., yang menjabat sebagai Kepala Bidang Kemitraan dan Promosi di Dinas Koperasi dan UMK Kabupaten Tangerang. Kegiatan ini diikuti oleh 25 peserta yang merupakan UKM di sekitar Kampus UMN dan berlangsung dari pukul 14.00 hingga 16.00 WIB.



Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran UKM (21/12/2022)

## 9. Event Promosi Pembukaan warung Mas Di yang baru

Rabu 21 Desember 2022 tepat pukul 10.00 – 11.00 telah dilaksanakan Event Promosi Pembukaan warung Mas Di yang baru.



Gambar 6. Peresmian/Pembukaan Warung Bakso "Mas Di".  
(21/12/2022)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa upaya dilakukan untuk dapat meningkatkan bisnis bakso rumahan. Berikut merupakan hasil dari analisis SWOT yang bertujuan untuk dapat meningkatkan bisnis bakso:

### Strengths (Kekuatan):

#### 1. Standarisasi Resep dan Kualitas Produk:

Dengan adanya resep baku, kualitas bakso menjadi lebih konsisten, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan.

#### 2. Kemampuan Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP):

Template Excel untuk menghitung HPP memudahkan pemilik dalam menentukan harga jual yang kompetitif dan sehat.

#### 3. Desain Menu dan Banner Modern:

Desain yang menarik dan cerah membantu meningkatkan daya tarik visual, menarik perhatian pelanggan potensial.

#### 4. Peningkatan Literasi Digital:

Pelatihan pemrograman sederhana memberikan keterampilan baru kepada pemilik usaha, meningkatkan efisiensi manajemen.

#### 5. Kontribusi Sosial dan Ekonomi:

Kegiatan memberikan dampak positif tidak hanya pada warung bakso tetapi juga pada komunitas UMKM di sekitar.

### Weaknesses (Kelemahan):

#### 1. Ketergantungan pada Pendampingan Eksternal:

Proses standarisasi dan penghitungan HPP masih bergantung pada template dan pelatihan dari pihak pengabdian masyarakat.

#### 2. Resistensi terhadap Perubahan Harga:

Pemilik usaha merasa takut untuk mengubah harga menu, yang dapat membatasi fleksibilitas dalam mencapai margin keuntungan optimal.

#### 3. Kesadaran Branding yang Terbatas:

Publikasi artikel hanya dilakukan dalam konteks acara pembukaan, menunjukkan kurangnya strategi branding yang berkelanjutan.

### Opportunities (Peluang):

#### 1. Peningkatan Branding dan Pemasaran:

Dengan publikasi yang lebih konsisten dan desain visual yang menarik, warung bakso dapat menarik lebih banyak pelanggan.

#### 2. Diversifikasi Menu:

Standarisasi resep mempermudah pengembangan menu baru yang dapat menarik segmen pelanggan yang lebih luas.

#### 3. Penggunaan Teknologi:

Pemanfaatan teknologi sederhana seperti Excel memberikan peluang untuk mengintegrasikan solusi digital lainnya di masa depan.

#### 4. Dukungan Komunitas:

Kontribusi kepada UMKM sekitar membuka peluang kolaborasi dan membangun ekosistem bisnis yang lebih kuat.

Threats (Ancaman):

**1. Persaingan dengan Warung Bakso Lain:**

Banyaknya warung bakso di daerah tersebut dapat menyebabkan persaingan harga dan kualitas.

**2. Kendala Perubahan Kebiasaan Pelanggan:**

Pelanggan mungkin menolak perubahan harga atau porsi yang dilakukan untuk menyesuaikan margin keuntungan.

**3. Keterbatasan Sumber Daya:**

Perubahan atau pengembangan usaha dapat terhambat jika tidak ada sumber daya manusia atau keuangan yang memadai.

**4. Fluktuasi Harga Bahan Baku:**

Harga bahan baku yang tidak stabil dapat mengancam margin keuntungan jika tidak dikelola dengan baik.

Analisis SWOT ini menunjukkan bahwa warung bakso memiliki potensi besar untuk berkembang dengan dukungan dari inovasi dan strategi pemasaran, namun perlu memperhatikan ancaman eksternal dan memperkuat kelemahan internal agar lebih kompetitif di pasar.

**Pembentukan Resep Baku**

Resep makanan berperan sebagai alat penting dalam menjalankan bisnis kuliner. Resep standar berfungsi untuk menjaga konsistensi rasa dan kualitas makanan, serta membantu pemilik usaha dalam mengontrol harga bahan baku dan menetapkan harga jual. Pada kegiatan ini, dibuat template perhitungan resep standar menggunakan pemrograman sederhana di Microsoft Excel, sehingga Pak Tardi, sebagai pemilik warung bakso, dapat melakukan perhitungan sendiri jika terjadi perubahan atau penambahan menu di masa mendatang.

**1. Harga Pokok Produksi dan Rekomendasi Harga**

Selain pemrograman Excel standarisasi resep, dibuatkan juga template pemrograman untuk menghitung harga pokok produksi. Pemilik warung usaha bakso rumahan, Pak Tardi dapat menghitung dengan mudah harga pokok produksi, serta jika ingin menentukan harga jual dalam pembentukan menu baru.

**2. Desain Menu dan Banner**

Desain Menu dan Banner/Spanduk dibuat mengikuti permintaan langsung dari Pak Tardi, selaku pemilik usaha bakso. Terdapat perubahan harga pada menu dibandingkan sebelumnya mengikuti rekomendasi yang diberikan. Selain itu konsep warna menu dan banner/spanduk mengikuti desain lama, namun dengan sentuhan modern dan warna yang lebih cerah. Tujuannya adalah agar membuat banner/spanduk ini dapat dengan cepat tertangkap mata oleh orang yang lewat. Selain itu foto bakso juga dibuat besar, agar dapat menarik orang dari kejauhan.



Gambar 7. Desain Banner Mas Di

**3. Publikasi artikel event pembukaan warung Mas Di**

Publikasi artikel dalam rangka pembukaan warung Mas Di dilaksanakan untuk dapat meningkatkan branding warung bakso Mas Di.



Gambar 8. Publikasi Artikel

#### **4. Fungsi dan Manfaat hasil penelitian dan pengabdian masyarakat**

##### **a. Perbaikan dan peningkatan kualitas produksi**

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan dengan mitra warung bakso rumahan ini berdampak besar pada perbaikan dan peningkatan kualitas produksi. Salah satunya dengan dibentuknya standarisasi resep yang sebelumnya belum pernah dilakukan oleh Warung Bakso Mas Di. Sehingga kualitas bakso kerap kali berubah-ubah rasa dan kualitasnya.

##### **b. Peningkatan dalam sisi bisnis dan keuntungan usaha**

Standarisasi resep serta pencatatan harga pokok produksi membuat mitra PKM lebih menyadari terhadap harga modal yang mereka keluarkan dalam produksi bakso. Sebelumnya hal ini belum pernah tercatat, sehingga keuntungan yang didapat dari per porsi bakso hanya dapat dikira-kira. Dengan adanya penghitungan resep dan harga pokok produksi, mitra PKM lebih menyadari prioritas dalam berbisnis kuliner. Salah satunya adalah dalam penentuan margin

keuntungan ataupun strategi untuk dapat mengurangi harga pokok produksi.

##### **c. Literasi digital mitra PKM**

Dalam kegiatan PKM, mitra dilatih menggunakan Microsoft Excel untuk mempelajari pemrograman sederhana dalam menghitung Harga Pokok Produksi serta menetapkan harga jual dengan margin keuntungan yang optimal bagi bisnis warung bakso.

##### **d. Dampak Ekonomi dan Sosial**

Pelaksanaan kegiatan ini berkontribusi secara positif pada ekonomi dan sosial mitra PKM, terutama karena mencakup analisis keberlanjutan bisnis melalui peningkatan penjualan. Rekomendasi dari profesional diharapkan dapat membantu adaptasi berbasis observasi untuk meningkatkan taraf hidup mitra PKM.

##### **e. Kontribusi terhadap sektor lain**

Kegiatan ini juga berkontribusi bagi industri-industri UMKM disekitar Warung Bakso Mas Tardi yang ikut hadir dalam pelatihan Marketing dan digital branding.

#### **5. Kendala/ Hambatan dan Tindak Lanjut**

##### **a. Kendala/Hambatan**

Kendala yang dihadapi salah satunya adalah ketika pihak mitra PKM menolak adanya perubahan harga dalam menu, karena perasaan takut akan adanya perubahan yang terlalu mendadak bagi para pelanggannya.

##### **b. Tindak Lanjut**

Pihak mitra PKM diberikan pengertian akan pentingnya margin keuntungan yang sehat bagi suatu bisnis kuliner. Selain itu, dalam penentuan margin keuntungan, tidak selalu harus menaikkan harga jual bakso, tapi bisa juga dengan mengatur porsi jual, atau menggunakan bahan baku substitusi.

## KESIMPULAN

Melalui pelaksanaan kegiatan PKM ini, dapat disimpulkan bahwa program Pengabdian Kepada Masyarakat bertema 'Peningkatan Usaha dan Branding Warung Bakso Rumahan' telah berhasil dijalankan, yang mencakup:

### 1. Meningkatkan Produksi/Kualitas Pelayanan

Untuk mengatasi permasalahan turunnya kualitas pelayanan, maka solusi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mengadakan Perlengkapan Dapur (Kompor, gas, dandang)
- b. Memperbaiki Meja kursi bagi tamu pengunjung agar lebih nyaman.
- c. Mengadakan Perlengkapan pecah belah (mangkok, gelas, sendok, garpu)

### 2. Meningkatkan Pemasaran/Branding

Bahwa akibat Warung "Mas DI" tidak dapat beroperasi selama masa pandemi, maka kondisi spanduk menjadi rusak. Untuk mengatasi hal ini, maka telah dilakukan perbaikan terhadap Branding, yang meliputi:

- a. Desain branding/Spanduk
- b. Produksi Spanduk
- c. Desain Menu Bakso
- d. Produksi Menu Bakso
- e. Event Promosi Pembukaan Warung "Mas DI" yang baru
- f. Publikasi di media massa

## Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka agar usaha Bakso "Mas Di" akan berhasil ke depannya, dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Agar pengelola Bakso "Mas Di" menjaga banner bakso agar tetap bersih, sehingga enak dipandang.
- b. Agar pengelola Bakso "Mas Di" melaksanakan perhitungan biaya produksi dan harga jual, sehingga memperoleh keuntungan yang layak.
- c. Menu yang telah dibuat, agar dapat dilaksanakan.
- d. Agar pengelola Bakso "Mas Di" menjaga dan merawat peralatan dapur yang diterima, sehingga dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu yang panjang.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Dirjen Dikti, Riset dan Teknologi – Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah memberikan Bantuan Pendanaan Program Insentif Pengabdian Masyarakat Terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Berbasis Kinerja Indikator Kinerja Utama bagi Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2022, dengan Nomor Kontrak 539/EI/KS.06/2022.

## REFERENSI

- Alexandra, Y., & Situmorang, R. (2021). Pengajaran Daring Protokol Kesehatan Industri Hotel Bagi Siswa-Siswi Vokasi Perhotelan. *Prosiding PKM-CSR*, Vol. 4, 819-824. 2.

- Idris, M. (2021, 03 26). Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria, dan Contohnya. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertiankriteria-dan-contohnya?page=all>
- Saputra, D. (2021, Maret 19). Survei BI : 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid-19. Retrieved from Kompas.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesiaterdampak-pandemi-covid-19>
- Alexandra, Y., Harianto, A., & Choirisa, S. F. (2020). Lontar's Nectar from Nusa Tenggara Timur as Sugar Replacement for CoffeeBased Beverages: Coffee Tourism Potential . Culture, People and Technology: The Driving Forces for Tourism Cities - Proceedings of 8th ITSA Biennial Conference 2020, 323-341.
- Alexandra, Y., & Situmorang, R. (2021). Pengajaran Daring Protokol Kesehatan Industri Hotel Bagi Siswa-Siswi Vokasi Perhotelan. Prosiding PKM-CSR, Vol. 4, 819-824.
- Anggraeni, P., Sunarti, dan M. K. Mawardi (2017). Analisis SWOT pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol . 43 No. 1 Februari 2017.
- Fadillah, S., M. Maemunah, dan N. Hernawan (2021). Pemahaman UMKM Terhadap Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan. Kajian Akuntansi, Vol. 22 No 2 September 2021.
- Huang, X., & Xie, Y. M. (2010). Evolutionary Topology Optimization of Continuum Structures: Methods and Applications. Chichester: John Wiley and Sons, Ltd. Publication.
- Marisyah, F. (2022). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing untuk Menentukan Harga Jual pada UMKM Tempe Pak Rasman Oku Selatan. Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah, Vol. 7 No 2 Februari 2022.
- Nayani ZS, Hendre PC. (2015). Comparision and Correlation of Pap Smear with Colposcopy and Histopathology in Evaluation of Cervix. *Journal of Evolution of Medical and Dental Sciences*, 4(53): 9236– 9247.
- Saputra, D. (2021, Maret 19). Survei BI : 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pande-mi Covid-19. Retrieved from Kompas.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19>.
- Sari, Y. I., dan Yulianan (2021). Standardisasi Resep Rendang Darek dan Randang Pasisia Sebagai Makanan Tradisional di Sumatera Barat. Pasundan Food Technology Journal (PFTJ), Vol. 8 No 1 Tahun 2021.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. Journal of Business and Econoics Research (JBE), Vol 1, No 1, Februari 2020:45-50.