

Original Research Paper

Manajemen Bisnis pada Home Industri Makanan Olahan KUB Mule Usahe di Bukittinggi Kecamatan Gunung Sari Lombok Barat

Muhamad Ilhamudin¹, Weni Retnowati¹, Rusminah Hs¹, Sarifudin Serif¹, Mukmin Suryatni¹

¹*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Indonesia;*

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v9i2.15072>

Sitasi: Ilhamudin, M., Retnowati, W., Rusminah Hs., Serif, S., Suryaatni, M. (2026). Manajemen Bisnis pada Home Industri Makanan Olahan KUB Mule Usahe di Bukittinggi Kecamatan Gunung Sari Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 9(2)

Article history

Received: 12 Mei 2026

Revised: 25 Mei 2026

Accepted: 05 Juni 2026

*Corresponding Author:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mataram, Mataram
Name;

Email: ilhamudin@unram.ac.id

Abstract: Pengabdian ini ditujukan bagi pelaku usaha home industry makanan olahan KUB Mule Usahe di Bukittinggi Kecamatan Gunung Sari Lombok Barat, agar mereka dapat mengembangkan kemampuannya dalam hal mengelola kegiatan usahanya sesuai prinsip manajemen bisnis. Penyampaian materi dalam kegiatan ini dengan memberikan materi dalam bentuk penyuluhan pentingnya manajemen bisnis, dan menjelaskan aspek bisnis seperti pemasaran, keuangan, produksi, dan aspek organisasi. Selain itu, penyampaian materi juga dilengkapi dengan diskusi. Kegiatan dilakukan pada bulan Maret 2026 dengan metode penyuluhan, tanya jawab, dan diskusi. Jumlah peserta kegiatan adalah 20 orang yang terdiri dari pelaku usaha makanan olahan yang tergabung dalam KUB Mule Usahe. Proses kegiatan berlangsung lancar dan kondusif, materi penyuluhan relevan dengan masalah dan kebutuhan saat ini. Banyak muncul pertanyaan ataupun persoalan yang diajukan peserta, yang kadang-kadang dijawab oleh peserta lainnya, sehingga proses kegiatan ini menjadi sangat partisipatif. Kegiatan seperti ini perlu dilanjutkan di masa datang untuk membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam mengelola usahanya

Keywords: Manajemen; bisnis; home; industri; makanan.

Pendahuluan

UMKM memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi terutama di wilayah pedesaan (Achmad et al. 2023). Berdasarkan data Kemenkop dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60,5% terhadap PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional, menunjukkan perannya yang krusial dalam perekonomian. Home industri sebagai bagian dari UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mengembangkan potensi ekonomi lokal (Novalia et al., 2024). Namun disisi lain, tantangan keterbatasan modal, akses pasar, dan kurangnya pemahaman tentang

strategi bisnis seringkali menjadi kendala dalam pengembangan usaha ini (Habib & Sutopo, 2024).

Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah pelaku usaha yang tergabung dalam KUB Mule Usahe di Bukittinggi Kecamatan Gunung Sari Lombok Barat. KUB ini dibentuk dengan fokus membantu pelaku usaha home industri produk makanan olahan seperti keripik pisang, ubi, talas, kue basah, tape singkong, dan lain sebagainya. Produk makanan olahan ini sangat prospektif karena merupakan makanan camilan yang digemari banyak orang, selain karena rasanya yang enak dan dapat dikonsumsi kapan saja disaat lapar ataupun kenyang, disaat santai ataupun sambil beraktivitas. Rasa makanan ini adalah khas Indonesia dan telah menjadi

makanan tradisional sehingga konsumennya tidak mudah untuk berpindah hati. Produk produk ini juga selain menjadi camilan, juga bisa dihidangkan dalam berbagai acara-acara sosial, acara syukuran, hadiah atau buah tangan. Melihat besarnya konsumen potensial dari produk ini maka usaha ini perlu mendapat perhatian agar terus survive dan menjadi sumber pendapatan yang signifikan pelaku usaha.

Untuk mendorong keberlangsungan usaha makanan olahan di Bukittinggi maka kegiatan pengabdian yang relevan adalah memfokuskan pada transfer pengetahuan dan keterampilan manajemen bisnis. Manajemen bisnis merupakan sarana bagi pelaku bisnis untuk mencapai tujuannya melalui keahliannya melakukan analisis lingkungan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik ke depannya (Anggreani, 2021). Tujuan dirancangnya strategi manajemen bisnis adalah berhubungan erat dengan pengembangan bisnis ke depannya sebagai upaya peningkatan performa untuk memperluas bisnisnya dengan berbagai cara seperti peningkatan fitur pada produk, masuk dalam pasar baru, menjalin kemitraan dengan pihak eksternal (Hassanien et.al., 2010) dalam (Amang et al., 2023).

Manajemen bisnis makanan olahan yang diimplementasi oleh pelaku usaha KUB di Bukittinggi, kecamatan Gunungsari ini harus senantiasa di evaluasi untuk menilai besaran manfaat (benefit) yang diperoleh dengan melakukan usaha tersebut. Dalam konteks ini sering menggunakan empat aspek utama yaitu aspek pemasaran, aspek produksi, aspek SDM, dan aspek finansial. Analisis aspek pasar bertujuan untuk untuk mengetahui seberapa besar peluang produk diterima di pasar dan bagaimana strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan (Aliefah & Nandasari, 2022). Aspek produksi menilai kesiapan dan efisiensi proses produksi dalam bisnis. Analisis ini mencakup penilaian terhadap lokasi usaha, ketersediaan bahan baku, teknologi yang digunakan, proses produksi, serta kemampuan sumber daya manusianya. Sedangkan aspek finansial atau keuangan meliputi kebutuhan modal, proyeksi arus kas, perhitungan laba rugi, dan analisis investasi. Tujuannya untuk memastikan apakah sebuah usaha mampu memberikan keuntungan yang layak (Endrico & Kombih, 2025).

Makanan olahan tradisional yang

diproduksi oleh usaha rumahan di Bukittinggi memiliki cita rasa yang berbeda jika dibandingkan dengan makanan ringan yang di import dari luar negeri. Meskipun makanan luar negeri memiliki segmen yang luas di Indonesia, namaun makanan tradisional telah mendapat tempat dihati masyarakat Indonesia. Jika melihat kompetitor dalam bisnis yang sama, jumlahnya sangat banyak baik pesaing lokal maupun produk yang datang dari luar daerah. Namun dengan terus melakukan berbagai inovasi dalam produk dan layanan, maka produk yang ditawarkan akan tetap mendapat tempat dihati pelanggan. Inovasi pada produk pangan bisa dalam bentuk sebuah gagasan berupa ide baru yang sebelumnya belum pernah muncul dan akan memiliki manfaat bagi sekitar (Batoebara, 2021). Produk makanan olahan merupakan makanan yang dijual kepada konsumen dalam bentuk siap saji karena sudah diolah sebelumnya menggunakan bahan dan cara tertentu dimana kepraktisan produk ini berhasil menarik minat konsumen (M. K. Sari & Sulistiyowati, 2020). Pangan lokal merupakan pangan yang sering di konsumsi oleh daerah tertentu yang sifatnya tradisional karena biasanya dapat menjadi ciri khas daerah tersebut (Hangu et al., 2022). Proses bisnis makanan olahan berkaitan erat dengan kewirausahaan, karena kewirausahaan itu sendiri merupakan aktivitas inovatif dengan menciptakan nilai lebih kepada konsumen, oleh karenanya dibutuhkan kemampuan manajerial dalam upaya untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya dan risiko yang akan dihadapi (Harjanti et al., 2023).

Fasilitas atau sarana dan prasarana yang dimiliki oleh para pelaku usaha home industri ini cukup memadai, meski masih perlu dikembangkan lagi. Namun yang lebih krusial adalah dalam konteks manajemen usaha belum dikelola secara benar dan relevan, sehingga usaha ini tidak menunjukkan pertumbuhan yang signifikan walaupun sudah ditekuni cukup lama. Oleh karena itu fokus pengabdian kali ini adalah membangun pengetahuan dan kreativitas manajemen agar seluruh aspek usaha diarahkan untuk mengembangkan bisnis ini tumbuh menguntungkan secara finansial dan dalam kelembagaan usaha yang semakin kuat dan permanen.

Metode Pelaksanaan

Penyampaian materi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang manajemen bisnis makanan olahan di Bukittinggi yakni dengan memberikan penyuluhan tentang pentingnya manajemen bisnis secara umum, dan kemudian aspek-aspek penting dalam manajemen bisnis secara khusus, yaitu aspek pemasaran, keuangan, organisasi, dan aspek produksi. Penyampaian materi juga akan dilengkapi dengan diskusi.

Sebagai narasumber adalah Tim Pengusul Pengabdian pada Masyarakat (PPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. Untuk menunjang kelancaran kegiatan ini, maka akan dikoordinasikan dengan lembaga terkait, yaitu: LPPM Universitas Mataram, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, dan KUB Mule Usaha.

Evaluasi dari keberhasilan pelatihan ini akan dilihat dari kehadiran peserta dan keaktifan peserta dalam memberi respon terhadap materi yang diberikan selama penyuluhan berlangsung. Secara umum tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Pendahuluan

Kegiatan pengabdian ini adalah merupakan kegiatan tindak lanjut dari beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya. Perbedaannya adalah pada peserta yang lebih menekankan pada pelaku usaha makanan olahan, dan konteks materinya, kegiatan sekarang lebih memusatkan pada aspek manajemen bisnis yang meliputi perencanaan pemasaran, produksi, keuangan dan organisasi.

Kegiatan pendahuluan dilakukan dalam bentuk survey untuk melihat sejauhmana pelaku industri memahami dan mengimplementasi aspek manajemen bisnis pada usahanya. Dari survey diketahui bahwa pelaku industri memiliki pengalaman untuk mengelola usahanya karena sudah ditekuni sejak lama hanya saja permintaan saat ini semakin fluktuatif dan lebih sulit diramal, persaingan produk sejenis semakin ketat, maka pengetahuan aspek manajemen bisnis yang relevan semakin diperlukan. Pemahaman yang lebih baik pada aspek ini akan meminimalisir kerugian yang mungkin timbul dari kesalahan perencanaan usaha dan pengendaliannya.

Dari hasil survey pendahuluan, kemudian dibuat suatu rancangan materi yang relevan, sederhana dan mudah dimengerti. Materi pokok

berkisar pada konsep pemasaran, produksi, keuangan, dan organisasi yang efektif dan efisien. Keseluruhan materi ini saling berhubungan sehingga menjadi satu kesatuan pengetahuan yang dibutuhkan pelaku usaha agar kegiatan usaha bisa berlangsung lebih lebih sustain dan profitable.

2. Tahap Penyuluhan

Sebelum dilakukan penyuluhan, berbagai hal menyangkut teknis pelaksanaan akan dipersiapkan seperti penentuan jumlah peserta, tempat, dan waktu penyuluhan. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan pada bulan Maret 2026 yang akan diikuti oleh 20 orang peserta dari unsur pelaku usaha makanan olahan di Bukittinggi Gunung Sari Lombok Barat.

Adapun materi penyuluhan adalah sebagai berikut:

1. Pentingnya manajemen bisnis
2. Perencanaan produksi
3. Perencanaan pemasaran
4. Perencanaan keuangan
5. Perencanaan organisasi

Sebagai narasumber adalah Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Mataram (Unram). Untuk menunjang kelancaran kegiatan ini, maka akan dikoordinasikan dengan lembaga terkait, yaitu: LPPM Universitas Mataram, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, dan pengelola KUB Mule Usaha di Bukittinggi Lombok Barat.

Evaluasi dari keberhasilan penyuluhan ini akan dilihat dari kehadiran peserta dan keaktifan peserta dalam memberi respon terhadap materi yang diberikan selama penyuluhan berlangsung

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam dua tahap, pertama adalah kegiatan pendahuluan, dan yang kedua, tahap penyuluhan.

4.1. Tahap Pendahuluan

Kegiatan pengabdian ini adalah memfokuskan pada pelaku usaha home industry makanan olahan yang merupakan bagian dari mata pencaharian masyarakat disitu. Dengan demikian konteks materi dalam pengabdian ini disesuaikan dengan permasalahan skala home industry, yang ada yakni lebih memusatkan pada aspek

manajemen bisnis yang meliputi perencanaan aspek pemasaran, produksi, keuangan, dan organisasi.

Kegiatan pendahuluan dilakukan dalam bentuk survey untuk melihat sejauhmana pelaku industri memahami dan mengimplementasi aspek-aspek manajemen bisnis pada usahanya. Dari survey diketahui bahwa pelaku industri telah memiliki pengalaman mengelola usahanya namun dengan implementasi kaidah manajemen bisnis yang terbatas. Namun karena dinamika lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, maka diperlukan implementasi manajemen bisnis yang komprehensif dan relevan, menyediakan variasi produk yang lebih inovatif, atau melakukan aktivitas promosi yang menjangkau pelanggan yang lebih luas. Pemahaman yang lebih baik pada aspek ini akan meminimalisir kerugian yang mungkin timbul dari kesalahan pengelolaan usaha yang tidak terencana dengan baik.

Dari hasil survey pendahuluan, kemudian dibuat suatu rancangan materi yang relevan, sederhana dan mudah dimengerti. Materi pokok berkisar pada konsep pemasaran, produksi, keuangan, dan organisasi. Keseluruhan materi ini saling berhubungan sehingga menjadi satu kesatuan pengetahuan yang dibutuhkan pelaku industri agar kegiatan usahanya bisa berlangsung lebih efektif dan efisien.

4.2. Tahap Penyuluhan

Sebelum dilakukan penyuluhan, berbagai hal menyangkut teknis pelaksanaan dipersiapkan seperti penentuan jumlah peserta, tempat, dan waktu penyuluhan. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan pada bulan Maret 2026 yang diikuti oleh 20 orang peserta dari unsur pelaku usaha makanan olahan di Bukittinggi Gunungsari Lombok Barat.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah menekankan pada penguatan pemahaman pada konteks manajemen bisnis. Pemahaman manajemen bisnis sangat penting karena proses ini adalah jantung dari setiap bisnis yang menghasilkan barang atau jasa. Dengan memahami manajemen bisnis suatu usaha dapat meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengontrol kualitas produk dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan serta kepuasan pelanggan.

Untuk menjamin kelangsungan usaha berlangsung kondusif maka manajemen bisnis harus diterapkan secara benar dan relevan. Intisari

dari konsep manajemen bisnis usaha kecil termasuk industri makanan olahan adalah terangkum dalam beberapa rekomendasi berikut ini:

1. Fokuskan pada kualitas produk dan layanan.
Keunggulan produk dan layanan adalah kunci utama dalam mempertahankan pelanggan. Pastikan produk yang akan ditawarkan memiliki kualitas tinggi yang dapat membuat pelanggan puas.
2. Manfaatkan teknologi digital.
Di era digital saat ini, UMKM yang tidak beradaptasi dengan teknologi biasanya sulit bersaing. Oleh karena itu penting sekali untuk menggunakan media social dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi antar pelanggan.
3. Mengelola keuangan dengan baik.
Keuangan yang tidak dikelola dengan baik seringkali penyebab utama kegagalan usaha. Pisahkan antara keuangan pribadi dan bisnis, buat perencanaan keuangan, serta lakukan pencatatan transaksi dengan rapi agar arus kas tetap sehat.
4. Teruslah berinovasi.
Di dunia bisnis yang terus berkembang, pelaku usaha harus selalu berinovasi agar bisnisnya tidak ketinggalan zaman. Kembangkan produk baru, tingkatkan layanan, dan selalu peka terhadap tren serta kebutuhan pasar.
5. Bangun jaringan dan kemitraan.
Jaringan bisnis yang luas dapat membuka peluang baru UMKM. Bergabunglah dengan komunitas bisnis, hal ini dapat membantumeningkatkan daya saing serta memperluas pasar.
6. Terapkan strategi pemasaran yang efektif.
Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan brand awareness dan menarik lebih banyak pelanggan. Gunakan kombinasi pemasaran online dan offline serta manfaatkan media social dan digital marketing untuk meningkatkan penjualan.
7. Lakukan evaluasi secara berkala.
Evaluasi bisnis harus dilakukan secara berkala untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki. Jangan takut untuk beradaptasi dengan perubahan agar bisnis tetap relevan dan berkembang lebih jauh.

Dalam proses diskusi banyak muncul masukan-masukan berharga dari peserta sendiri tentang langkah langkah dalam melakukan usaha

makanan olahan ini. Masukan masukan ini tentu sangat berharga karena mereka bergelut dalam usaha itu sudah sejak lama. Langkah-langkah yang disampaikan peserta penyuluhan itu dapat diinventaris sebagai berikut:

- a. Amati pasar, merupakan langkah utama. Ini adalah pengamatan terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen terhadap produk makanan ringan. Amati jenis makanan yang sedang populer dan cari tahu apakah ada peluang untuk mengisi celah yang belum banyak ditempati pesaing.
- b. Tentukan makanan ringan yang akan dijual, karena ada banyak jenis cemilan yang dijual seperti, seperti kerupuk, biscuit, kacang-kacangan, dan lain-lain. Perlu juga mempertimbangkan keunikan dari produk yang ditawarkan, misalnya rasa yang unik atau kemasan yang menarik agar mudah dikenali.
- c. Buat branding yang mudah diingat, karena merek yang mudah diingat akan membantu produk mudah dikenal oleh konsumen. Nama branding yang dipilih mewakili identitas dan keunikan produk yang ditawarkan.
- d. Desain kemasan yang menarik dan berkualitas, akan meningkatkan daya tarik visual dan memberi kesan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik. Selain menarik, kemasan juga harus aman, dan praktis untuk digunakan. Pertimbangkan penggunaan kemasan yang berkualitas dan ramah lingkungan karena konsumen masa kini sangat peduli terhadap isu lingkungan.
- e. Perbanyak jenis produk dengan tujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Karena konsumen memiliki preferensi yang berbeda-beda maka produk yang ditawarkan memiliki variasi rasa, ukuran kemasan, misalnya varian rasa manis, gurih, atau pedas.
- f. Jual online, karena pada zaman digital sekarang ini merupakan langkah yang tepat. Social media seperti instagram atau Tik tok menjadi sarana promosi yang efektif memperkenalkan produk kepada lebih banyak konsumen. Selain itu dapat juga memanfaatkan platform market place seperti Shopee, Tokopedia, atau Bukalapak untuk memasarkan produk makanan ringan. Pastikan anda aktif dalam mempromosikan produk

secara online dengan membuat konten menarik yang bias menarik perhatian calon pembeli gunakan foto-foto berkualitas tinggi dan deskripsi produk yang jelas agar konsumen dapat melihat keunggulan produk yang ditawarkan.

Kegiatan penyuluhan tersebut sangat partisipatif dan kondusif kalau melihat respons yang antusias dari peserta yang memberikan pertanyaan atau berbagi pengalaman di antara mereka, dan memberi solusi atas persoalan yang dihadapi.

Adapun foto-foto kegiatan pengabdian tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kegiatan penyuluhan



Gambar 2. Penyampaian materi pada warga



Gambar 3. Sesi diskusi



Gambar 4. Sesi diskusi dan tanya jawab

Kesimpulan

Penyuluhan yang dilakukan tim Pengabdian Kepada Masyarakat FEB Unram telah dilakukan dengan memfokuskan pada peningkatan pengetahuan pelaku usaha makanan olahan pada aspek-aspek manajemen bisnis. Manajemen bisnis berhubungan dengan pengetahuan tentang bagaimana melakukan perencanaan pemasaran, perencanaan produksi, perencanaan keuangan, dan organisasi. Kegiatan berlangsung partisipatif, persoalan lapangan banyak sekali berhubungan dengan pengetahuan ini. Peserta banyak menyampaikan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan mengajukan solusi sendiri atas masalah produksi yang dihadapi. Pengetahuan ini membantu mereka membangun keunggulan bersaing yang bersumber dari implementasi manajemen bisnis sehingga proses bisnis dapat berlangsung lebih efektif, efisien, dan lebih berkualitas.

Saran

Kegiatan pengabdian berikutnya disarankan untuk menekankan pada penyampaian pengetahuan yang lebih mendalam pada aspek-aspek manajemen bisnis tersebut. Konsep manajemen bisnis sangat luas, tidak bisa dipahami dengan sekali kegiatan namun berkesinambungan. Pemahaman yang lebih detail membantu pelaku usaha makanan olahan di Bukittinggi dapat mengantisipasi ketatnya persaingan dalam industri. Mereka membutuhkan daya saing yang dibangun pada seluruh lapisan kegiatan manajemen.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pelaksana kegiatan mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Mataram atas fasilitas dan dukungan yang telah diberikan. Terimakasih juga disampaikan kepada pengurus KUB “Mule Usahe” Bukittinggi, Lombok Barat yang telah memfasilitas berlangsungnya kegiatan ini, dan juga kepada pelaku usaha makanan olahan yang telah berpartisipasi dalam kegiatan penyuluhan ini

Daftar Pustaka

- Achmad, G. N., Yulianti, S. D., Sharaha, M., Priandana, M. A., Khatimah, N., Hidayat, A. N., M., N. J., Handayani, Y. T., Aditya, D. F., & Dary, R. W. (2023). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Pertumbuhan Ekonomi Di Desa Sekitar Ibu Kota Nusantara. *JURNAL RISET PEMBANGUNAN*, 6(1), 51-65
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(1), 40-56.
- Amang, A., Mulyadi & Utama, A. P. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis (E. Suncaka (ed); Vol. 2, Issue 1). CV. Tripe Konsultan.
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi SWOT Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis, Dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619-629.
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Prosiding*, 8(1), 29-38.
- Endrico, D., & Kombih, R. M. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Keuangan Pada Franchise Richeese Factory. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(2), 523-534.
- Habib, M. A. F., & Sutopo, S. (2024). Pembinaan UMKM dalam Aspek Komunikasi Pemasaran Sebagai Wujud Pemberdayaan Perempuan Di Sekitar Kawasan Pantai. *Journal of Islamic Tourism Halal Food*

Islamic Traveling and Creative Economy,
4(1), 85-100.

- Hanggu, E. O., et al. (2022). Pengembangan Potensi Pangan Lokal sebagai kuliner Khas di Desa Wae Bobok Kabupaten Manggarai Barat. *Prima Andika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 474-480.
- Novalia, N., Kurniawan., Sudiyanto, T., Mursalin, M., Suhada, S., & Puspita, S. (2024). Strengthening Simpang Sender MSMEs Through Managerial Training for Business Actors. *Yumari: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 249-258.
- Sari, M. K., & Sulistiyowati, E. (2020). Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Berkaitan Sertifikat Halal Pada Produk Olahan Pangan. *Novum: Jurnal Hukum*, 7(1), 35-42.