

Strategi Pemasaran Produk Durengku Di Kelurahan Warujayeng – Nganjuk

Ardaht Prahara Setyan¹, Anang Efendi², Widodo³, Agustin Sukarsono⁴

^{1,2,3} Program Studi Teknik Informatika, STT Pomosda Nganjuk

⁴ Program Studi Teknik Industri, STT Pomosda Nganjuk

e-mai: ¹ardhatillah@stt-pomosda.ac.id, ²afendystt@gmail.com, ³widdywidodo@gmail.com,
⁴agustystt@gmail.com

Abstract

Durengku is a form of business run by MSMEs in the Bleton area, Warujayeng Village, Tanjunganom District, Nganjuk Regency. This processed product from MSMEs is made from local durian fruit taken from the MSME owner's garden with various forms of processed products. The implementation of this research is how to get a marketing strategy for Durengku products so that you can get maximum profits. This has a big influence on the turnover value of Durengku MSMEs so that production does not experience problems. This research uses several strategies to get more consumers. By implementing a clear marketing strategy, Durengku's consumer market share will be clearer, the turnover obtained will also be clearer. With the aim of Durengku MSMEs being able to be more professional in serving consumers with products that have been produced, apart from that, it is also hoped that they can be marketed outside the region so that they can increase the sales turnover of Durengku products every time they are produced. The results of the research are a marketing strategy for Durengku products as one of the elements that must be fulfilled by MSMEs in implementing the sustainability of a production process.

Keywords: Durengku, Marketing, Strategy

Abstrak

Durengku merupakan salah satu bentuk usaha yang dijalankan oleh UMKM di Lingkungan Bleton Kelurahan Warujayeng Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. Produk olahan dari UMKM ini berbahan dasar dari buah durian lokal yang diambil dari kebun pemilik UMKM dengan berbagai macam bentuk produk olahan. Pada pelaksanaan penelitian ini adalah bagaimana cara mendapatkan strategi pemasaran produk Durengku sehingga bisa mendapatkan laba yang maksimal. Hal ini sangat berpengaruh terhadap nilai omzet UMKM Durengku agar produksi tidak mengalami kendala. Penelitian ini menggunakan beberapa strategi yang pakai untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang jelas, maka pangsa pasar konsumen Durengku akan lebih jelas, omzet yang didapatkan juga lebih jelas. Dengan tujuan UMKM Durengku bisa lebih profesional dalam melayani konsumen terhadap produk yang telah diproduksi, selain itu juga diharapkan bisa dipasarkan keluar daerah sehingga dapat menambah omzet penjualan produk Durengku setiap kali produksi. Hasil penelitian yaitu sebuah strategi pemasaran produk Durengku sebagai salah unsur yang harus dipenuhi oleh UMKM dalam melaksanakan keberlanjutan dari suatu proses produksi.

Kata kunci: Durengku, Pemasaran, Strategi

Pendahuluan

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Alasan lainnya adalah usaha mikro dan kecil memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya,

utamanya pada sektor pertanian tanaman pangan perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan/restoran. (Gde et al., 2019)

UMKM Durengku merupakan usaha perorangan yang dijalankan oleh Ibu Laili Kholqiyah yang berada di wilayah Lingkungan Bleton, Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Dalam pengelolaan usahanya terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini yaitu belum optimalnya penggunaan teknologi digital sebagai media promosi dan media penjualan dan pengenalan produk pada masyarakat sekitar Kabupaten Nganjuk, sehingga diperlukan suatu strategi dalam memasarkan produk Durengku kepada konsumen. (Manajemen et al., 2019)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang teridentifikasi adalah pemasaran produk Durengku.

Tujuan Penelitian

Memberi wawasan tentang tentang strategi pemasaran produk Durengku baik dengan menggunakan teknologi maupun konvensional.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu penjabaran strategi pemasaran yang dilakukan untuk mengembangkan informasi penjualan dan meningkatkan volume penjualan produk dan profit UMKM Durengku

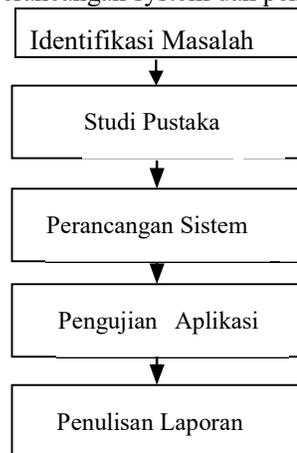
Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian berada di wilayah kelurahan Warujayeng Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

Teknik Pengumpulan Data Dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut (Yuliani, 2018) karena bersifat deskriptif maka penekanannya pada proses, makna, dan pemahaman melalui kata-kata atau gambar dan bersifat induktif dengan membangun abstraksi, konsep-konsep, hipotesis, dan teori secara rinci.

Karakteristik dari penelitian kualitatif adalah focus terhadap proses dibandingkan hasil yang terdiri dari instrument utama dalam pengumpulan dan analisa data dilakukan melalui identifikasi masalah, studi pustaka, perancangan system dan penulisan laporan



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini terdiri dari:

1. Tahap kesatu Identifikasi masalah

Dalam tahap penelitian ini dilakukan identifikasi masalah – masalah yang ada di lingkungan UMKM Durengku.

2. Tahap kedua adalah studi pustaka
Membaca referensi mengenai studi literature yang terkait, berupa penjelasan penelitian terkait sebelumnya dan mempelajari teori yang berkaitan dengan penelitian. Hal ini dipakai untuk menjawab masalah dengan membangun strategi pemasaran produk UMKM Durengku.
3. Tahap ketiga adalah perancangan sistem
Pada tahap ini dilakukan proses perancangan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial
4. Tahap keempat adalah pengujian
Pada tahap ini dilakukan proses uji strategi pemasaran menggunakan media online Facebook, Instagram, Tiktok, Grab food dan media offline.
5. Tahap kelima adalah penulisan laporan
Pada tahap ini dilakukan proses pelaporan data.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil yaitu penggunaan media social atau media online sangat membantu dalam memasarkan produk UMKM Durengku selain itu juga menggunakan media Offline.

Pembahasan Dari Hasil Penelitian

Proses Pembuatan Produk

a. Jus durian

Bahan-bahan:

- 1) Durian yang sudah terpisah dari bijinya 3 sdm
- 2) Susu bubuk 2 sdm
- 3) Gula 250 gram
- 4) Air 1500 ml

Cara membuat:

- a. Masukkan air 50 ml terlebih dahulu, tambahkan 2 sdm susu bubuk, 3 sdm gula dan 3 sdm durian yang sudah di kupas ke dalam blender.
 - b. Kemudian di blender selama 60 detik, tuangkan ke dalam teko yang berisi 100 ml air dan di aduk.
 - c. Setelah itu tuangkan ke dalam cup 14 oz dan di siller
- Biasanya untuk satu kali blender cukup untuk 5 cup 14 oz.



Gambar 2 Proses Pembuatan Jus Duren

b. Kue Soes

Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kue Soes adalah:

Bahan kulit:

- 1) Tepung terigu 100 gr
- 2) Margarin
- 3) Telur 4 butir
- 4) Air 150 cc
- 5) Gula 80 gr
- 6) Garam 2,5 gr

Bahan vla :

- 1) 50 gr Daging Durian lumatkan
- 2) 60 gr Tepung maizena
- 3) 450 cc Susu Cair
- 4) Garam $\frac{1}{4}$ sdt
- 5) 80 gr Gula

Cara membuat:

Langkah 1

Cara buat kulit: Didihkan air, margarin, garam. Masukkan tepung aduk cepat sampai rata dan kalis. Tunggu hingga agak dingin, pidahkan adonan ke wadah mixer lalu masukkan telur satu persatu sembari dimixer hingga halus dan rata. Masukkan ke plastik segitiga, beri spuit segitiga dan cetak sesuai ke inginan.

Langkah 2:

Oles loyang dengan margarin, setelah dicetak masukkan ke oven yang sebelumnya dipanaskan 15 menit. Panggang hingga matang (sudah tidak keluar lagi buih-buihnya) jangan di buka-buka ovennya supaya kokoh.

Langkah 3:

Cara buat vla durian: Masukkan durian(yang sudah terpisah dari bijinya), gula, garam, ke dalam Teflon besar (30 cm) panaskan dengan api sedang sambil diaduk sampai gula larut. Tuang tepung maizena yang sudah dilarutkan aduk cepat dan rata, angkat dinginkan vla lalu semprotkan vla ke dalam sus.



Gambar 3 Proses Pembuatan Kue Sus



Gambar 4 Proses Pembuatan Kue Sus

c. Kue pastry

Bahan-bahan:

- 1) 50 gr Tepung Cakra
- 2) 50 gr Mentega
- 3) ½ sdt Garam
- 4) Air 100 ml

Cara membuat:

Langkah 1:

Campurkan semua bahan tepung, mentega, dan garam, tambahkan air sedikit demi sedikit sambil diuleni sampai kalis.

Langkah 2:

siapkan media untuk memipihkan adonan, lumuri media dengan tepung terlebih dahulu agar tidak lengket saat adonan dipipihkan.

Langkah 3:

pipihkan adonan yang sudah kalis hingga membentuk persegi panjang. Jangan lupa adonan di beri tepung supaya tidak lengket saat dipipihkan.

Langkah 4:

Lipat adonan menjadi lipatan double dan beri margarin sedikit, kemudian ulangi langkah tersebut hingga 8-9 kali diamkan selama 15 menit.

Langkah 5:

Setelah 15 menit pipihkan kembali adonan sampai tipis atau tidak terlalu tipis.

Langkah 6:

potong adonan sesuai selera atau sesuai kebutuhan, olesi loyang dengan margarin masukkan kedalam oven yang sudah dipanaskan terlebih dahulu, panggang hingga matang. Setelah dingin beri topping vla durian.



Gambar 5 Proses Pembuatan Kue Pastry

Penghitungan Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Penjualan (HPP) merupakan salah satu elemen penting dari laporan laba-rugi suatu perusahaan dagang. Yang dimaksud dengan HPP adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual (Mulyani et al., 2021).

Rumus untuk menghitung Harga Pokok Produksi adalah Harga pokok produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja + Biaya Overhead.

a. HPP Jus Durian

Tabel 1 Data HPP produk Jus Durian

Item	Harga Pembelian (Rp)/Item	Harga (Rp)/Satuan	Kuantitas	Harga Total (Rp)
A. Biaya Bahan Baku				
Daging durian	Rp 3.000	Rp 3.000	3 biji	Rp 9.000
Susu Bubuk Fullcream	Rp 51.000	Rp 131	16 gr	Rp 2.096
Gula	Rp 14.500	Rp 14,50	250 gr	Rp 3.625
Air	Rp 6.000	Rp 316	1,5 lt	Rp 474
Sub Total				Rp 15.195
B. Biaya Bahan Pendukung				
Cup	Rp 8.000	Rp 160	5 cup	Rp 800
Sedotan	Rp 8.000	Rp 40	5 pcs	Rp 200
Sub Total				Rp 1.000
C. Biaya Tenaga Kerja				
Pengolahan				Rp 3.000
D. Biaya Overhead Variabel				
Listrik				Rp 3.000

Air				Rp 500
Sub Total				Rp 3.500
E. Biaya Overhead Tetap				
Depresiasi blender	Rp 200.000	7	1 resep	Rp 7
Depresiasi freezer	Rp 2.000.000	69	1 resep	Rp 69
Sub Total				Rp 76
Total Biaya Produksi (A+B+C+D+E)/Resep				Rp 22.771
Jumlah unit produksi				5 cup
HPP per cup				Rp 4.554

b. HPP Kue Soes

Tabel 2 Data HPP produk Kue Soes

Item	Harga Pembelian (Rp)/Item	Harga (Rp)/Satuan	Kuantitas	Harga Total (Rp)
A. Biaya Bahan Baku				
Tepung terigu	Rp 12.500	Rp 131	100 gr	Rp 1.310
Margarin	Rp 115.000	Rp 14,50	50 gr	Rp 3.625
Telur	Rp 30.000	Rp 2.000	4 butir	Rp 8.000
Air	Rp 6.000	Rp 0,32	150 ml	Rp 47
Gula	Rp 14.500	Rp 14,50	80 gr	Rp 1.160
Garam	Rp 5.000	Rp 10	2,5 gr	Rp 25
Sub Total				Rp 14.167
B. Biaya Bahan Pendukung				
Cup kue	Rp 15.000	Rp 15	30 pcs	Rp 800
Piring kue kertas	Rp 2.000	Rp 200	30 pcs	Rp 6.000
Springkle mix	Rp 2.500	Rp 50	30 gr	Rp 1.500
Plastik Wrap	Rp 10.500	Rp 4,20	140 cm	Rp 588
Kotak jajan	Rp 30.000	Rp 300	7 pcs	Rp 2.100
Solatip	Rp 8.000	Rp 40	5 pcs	Rp 200
Sub Total				Rp 11.188
C. Biaya Tenaga Kerja				
Pengolahan				Rp 3.000
D. Biaya Overhead Variabel				
Listrik				Rp 3.000
LPG	Rp 21.000	Rp 10.500	1 tbg	Rp 10.500
Air				Rp 500
Sub Total				Rp 14.000
E. Biaya Overhead Tetap				
Depresiasi kompor	Rp 200.000	Rp 109	1 hr	Rp 109
Depresiasi mixer	Rp 1.000.000	Rp 548	1 hr	Rp 548
Depresiasi oven	Rp 1.200.000	Rp 80	1 hr	Rp 80
Depresiasi teflon	Rp 145.000	Rp 80	1 hr	Rp 80
Sub Total				Rp 715
Total Biaya Produksi (A+B+C+D+E)/Resep				Rp 43.070

Jumlah unit produksi	30 pcs
HPP per pcs	Rp 1.435

c. HPP Kue Pastry

Tabel 3 Data HPP produk Kue Pastry

Item	Harga Pembelian (Rp)/Item	Harga (Rp)/Satuan	Kuantitas	Harga Total (Rp)
A. Biaya Bahan Baku				
Tepung terigu	Rp 12.500	Rp 131	100 gr	Rp 1.310
Margarin	Rp 115.000	Rp 14,50	50 gr	Rp 3.625
Air	Rp 6.000	Rp 0,32	100 ml	Rp 31,60
Garam	Rp 5.000	Rp 10	2,5 gr	Rp 25
Sub Total				Rp 4.991,60
B. Biaya Bahan Pendukung				
Cup kue	Rp 15.000	Rp 15	30 pcs	Rp 800
Piring kue kertas	Rp 2.000	Rp 200	30 pcs	Rp 6.000
Springkle mix	Rp 2.500	Rp 50	30 gr	Rp 1.500
Plastik Wrap	Rp 10.500	Rp 4,20	140 cm	Rp 588
Kotak jajan	Rp 30.000	Rp 300	7 pcs	Rp 2.100
Solatip	Rp 8.000	Rp 40	5 pcs	Rp 200
Sub Total				Rp 11.188
C. Biaya Tenaga Kerja				
Pengolahan				Rp 3.000
D. Biaya Overhead Variabel				
Listrik				Rp 3.000
LPG	Rp 21.000	Rp 10.500	1 tbg	Rp 10.500
Air				Rp 500
Sub Total				Rp 14.000
E. Biaya Overhead Tetap				
Depresiasi kompor	Rp 200.000	Rp 109	1 hr	Rp 109
Depresiasi oven	Rp 1.200.000	Rp 80	1 hr	Rp 80
Depresiasi teflon	Rp 145.000	Rp 80	1 hr	Rp 80
Sub Total				Rp 167
Total Biaya Produksi (A+B+C+D+E)/Resep				Rp 33.346,60
Jumlah unit produksi				20 pcs
HPP per pcs				Rp 1.667

d. HPP Vla Durian

Tabel 4 Tabel HPP Vla Durian

Item	Harga Pembelian (Rp)/Item	Harga (Rp)/Satuan	Kuantitas	Harga Total (Rp)
A. Biaya Bahan Baku				
Daging durian	Rp 3.000	Rp 3.000	3 biji	Rp 9.000

Tepung maizena	Rp 22.000	Rp 22	60 gr	Rp 1.320
Susu cair fullcream	Rp 20.000	Rp 21	450 ml	Rp 31,60
Garam	Rp 5.000	Rp 10	1,25 gr	Rp 10,40
Gula	Rp 14.500	Rp 14,50	80 gr	Rp 1.160
Sub Total				Rp 11.522
B. Biaya Bahan Pendukung				
Plastik segitiga	Rp 7.000	Rp 70	4 pcs	Rp 280
Sub Total				Rp 280
C. Biaya Tenaga Kerja				
Pengolahan				Rp 3.000
D. Biaya Overhead Variabel				
Listrik				Rp 3.000
LPG	Rp 21.000	Rp 10.500	1 tbg	Rp 10.500
Air				Rp 500
Sub Total				Rp 14.000
E. Biaya Overhead Tetap				
Depresiasi kompor	Rp 200.000	Rp 109	1 hr	Rp 109
Depresiasi teflon	Rp 145.000	Rp 80	1 hr	Rp 80
Sub Total				Rp 87
Total Biaya Produksi (A+B+C+D+E)/Resep				Rp 28.889,00
Jumlah unit produksi				4 pcs
HPP per pcs				Rp 7.222,00

Penentuan Harga Jual Produk

Dengan perhitungan HPP di atas maka dapat di tentukan harga jual produk yang sesuai dengan rumusan sebagai berikut (Lestari et al., 2019);

a. Jus Durian

$$\begin{aligned} \text{Biaya non produksi} &= \text{biaya transport /hari} + \text{biaya paket data/hari} \\ &= 5000 + 1.700 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya total} &= \text{biaya produksi} + \text{biaya non produksi} \\ &= 22.771 + 6700 \\ &= 29.471 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{biaya total} + (50\% \text{ laba} \times \text{Biaya Total}) \\ &= 29.471 + (50\% \times 29.471) \\ &= 29.471 + 14.735 \\ &= 44.206 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual /unit} &= \text{harga jual} : \text{jumlah unit} \\ &= 44.206 : 5 \\ &= 8.841 \end{aligned}$$

Dibulatkan harga /unit jus durian adalah Rp. 9000

b. Kue Soes

$$\begin{aligned} \text{Biaya total} &= \text{biaya produksi} + \text{biaya non produksi} \\ &= 43.070 + 6700 \\ &= 49.770 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{biaya total} + (50\% \text{ laba} \times \text{Biaya Total}) \\ &= 49.770 + (50\% \times 49.770) \\ &= 49.770 + 24.885 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= 74.655 \\ \text{Harga jual /unit} &= \text{harga jual} : \text{jumlah unit} \\ &= 74.655 : 30 \\ &= 2.488 \\ \text{Dibulatkan harga /unit jus durian} &\text{ adalah Rp. 3000} \end{aligned}$$

c. Kue Pastry

$$\begin{aligned} \text{Biaya total} &= \text{biaya produksi} + \text{biaya non produksi} \\ &= 33.346 + 6700 \\ &= 40.046 \\ \text{Harga jual} &= \text{biaya total} + (50\% \text{ laba} \times \text{Biaya Total}) \\ &= 40.046 + (50\% \times 40.046) \\ &= 40.046 + 20.023 \\ &= 60.069 \\ \text{Harga jual /unit} &= \text{harga jual} : \text{jumlah unit} \\ &= 60.069 : 20 \\ &= 3003 \end{aligned}$$

Dibulatkan harga /unit jus durian adalah Rp. 3000

d. Vla Durian

$$\begin{aligned} \text{Biaya total} &= \text{biaya produksi} + \text{biaya non produksi} \\ &= 28.889 + 6700 \\ &= 35.589 \\ \text{Harga jual} &= \text{biaya total} + (50\% \text{ laba} \times \text{Biaya Total}) \\ &= 35.589 + (50\% \times 35.589) \\ &= 35.589 + 17.794 \\ &= 53.383 \\ \text{Harga jual /unit} &= \text{harga jual} : \text{jumlah unit} \\ &= 53.383 : 4 \\ &= 13.345 \end{aligned}$$

Dibulatkan harga /unit jus durian adalah Rp. 13.500
Satu pcs Vla Durian untuk 10 sus atau pastry.

Penjualan

Penjualan yang kita lakukan ada dua metode yaitu penjualan secara offline dan online (Firdaus & Sulistyowati, 2021).

a. Penjualan Offline

Kami melakukan penjualan secara offline dengan ;

- 1) Membuka stand di event PERJUSA SD/MI tingkat kecamatan Tanjunganom di lapangan Brumbung



Gambar 6 Dok. Stand Event PERJUSA



Gambar 7 Dok. Stand Event PERJUSA

2) Membuka Stand di Event Bazar Kuliner di Lengkong, Nganjuk



Gambar 8 Dok. Stand Event Bazar Lengkong

3) Mengikuti Event Pasar Ukriil bulan Juni



Gambar 9 Dok. Stand Event Pasar UkriI



Gambar 10 Dok. Stand Event Pasar UkriI

4) Membuka stand event CFD di alun-alun Nganjuk



Gambar 11 Dok. Stand Event CFD di alun-alun Nganjuk



Gambar 12 Dok. Stand Event CFD di alun-alun Nganjuk

b. Penjualan Online

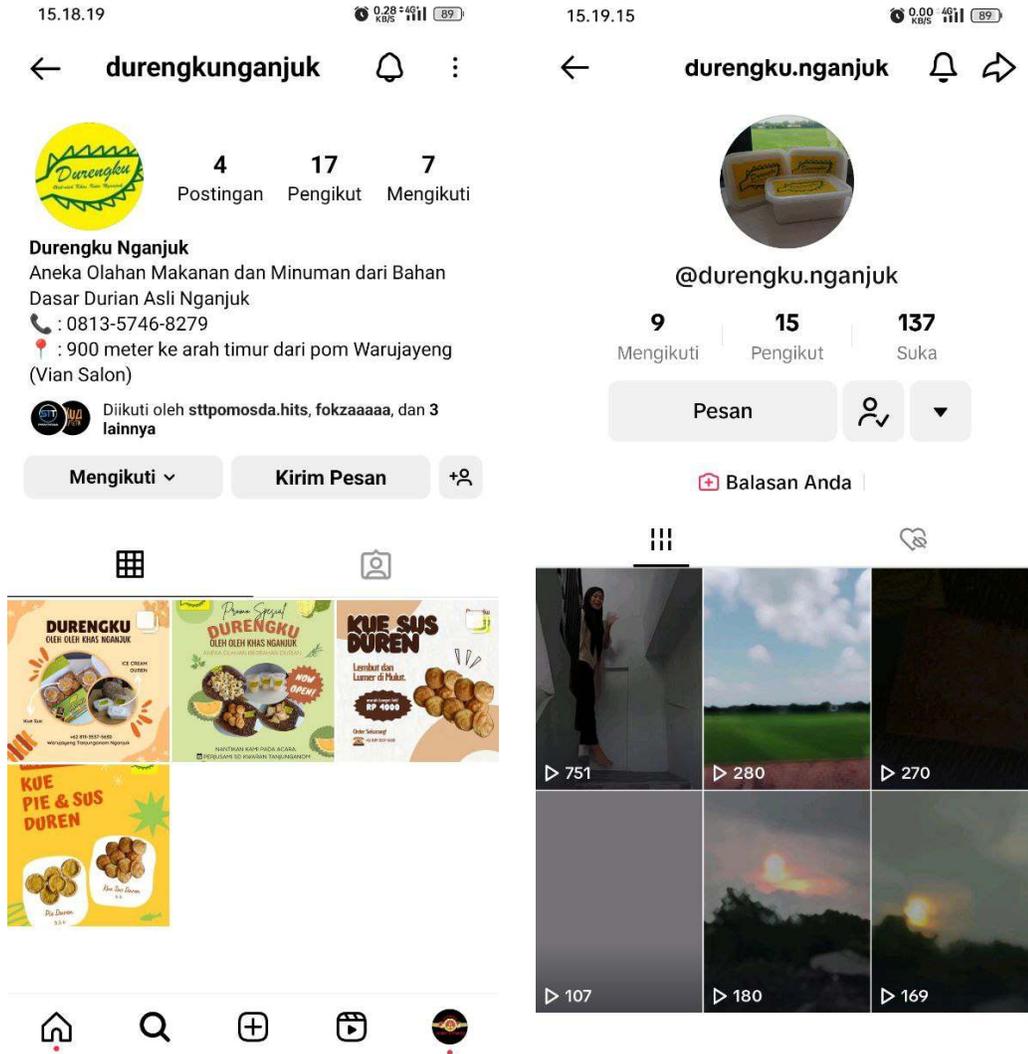
Penjualan online yang kita lakukan yaitu dengan membuat beberapa akun media sosial dan e-commerce ;

- 1) Membuat akun Grab Food @Durengku_Nganjuk
- 2) Membuat akun dan halaman Facebook @Durengku_Nganjuk



Gambar 13 Dok. Akun Grab Dan Facebook Durengku

- 3) Membuat akun Instagram @Durengku_Nganjuk
- 4) Membuat akun tiktok @Durengku_Nganjuk



Gambar 14 Dok. Akun Instagram Dan Tiktok Durengku

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan adalah untuk mendampingi UMKM Durengku dalam proses pemasaran produk di Kelurahan Warujayeng Kabupaten Nganjuk. Dengan adanya penelitian ini diharapkan UMKM bisa terbantuan dalam memasarkan produksinya dengan memanfaatkan media online dan offline. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan dengan adanya strategi pemasaran produk maka daya beli konsumen dapat meningkat dari sebelumnya dan dapat memberikan beberapa peluang antara lain:

- a. Peluang usaha dibidang kuliner hasil olahan lokal yang semakin terbuka. Hal ini bisa dilihat dari mudahnya mencari bahan baku di pasar lokal dan banyaknya peminat dari usaha kuliner ini.
- b. Secara ekonomi, usaha aneka olahan durian ini sangat menguntungkan. Karena biaya produksi yang terjangkau dan harga jual yang juga terjangkau mampu membuat masyarakat merasa puas setelah membeli dari Durengku ini
- c. Dengan memanfaatkan system penjualan dengan memasarkan sistem online. Hal ini dapat mempermudah UMKM Durengku untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan branding produk dimata public
- d. Memanfaatkan pasar lokal untuk penjualan dengan sistem offline. Dengan memanfaatkan event-event lokal sangat membantu dalam percepatan perputaran modal dan kelangsungan hidup usaha ini.

Saran

Saran yang dapat digunakan untuk pengembangan lebih lanjut dari penelitian ini adalah adanya kerjasama dari pihak Pemerintah Desa, Daerah dan Institusi Pendidikan sebagai sarana pendidikan karakter masyarakat untuk peduli lingkungan yang dapat memberikan nilai tambah dalam perekonomian UMKM khususnya dan warga masyarakat umumnya.

Daftar Pustaka

- Firdaus, A., & Sulistyowati, R. (2021). ANALISIS PENGARUH STRATEGI OFFLINE TO ONLINE (O2O) TERHADAP PENJUALAN UMKM MITRA APLIKASI BadokanGresik.id. *Niagawan*, 10(3), 206–213.
- Gde, A. A., Budiasa, R., Raka, A. A. G., & Made Mardika, D. I. (2019). *Implementasi Kebijakan Padat Karya Tunai (PKT) pada Masyarakat Miskin di Desa Lebih, Gianyar* (Vol. 4, Issue 2). <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/public-inspiration>
- Lestari, A., Ita, S., Dan, R., & Marlina, T. (2019). *ANALISIS PENERAPAN METODE FULL COSTING DALAM PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK PENETAPAN HARGA JUAL*.
- Manajemen, J., Bisnis, D., Mahardhika, W. B., Ni,), & Sunariani, N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 13–27. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Mulyani, S., Gunawan, B., & Nurkamid, M. (2021). PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI BAGI UMKM KABUPATEN PATI. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Yuliani, W. (2018). QUANTA METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING. *Jurnal Quanta*, 2(2), 83–91. <https://doi.org/10.22460/q.v2i1p21-30.642>