

OPTIMALISASI UMKM RAJA BOLU

Irwandi*, Andi Samsir, Warka Syachbrani, Masdar Ryketeng, Nurafni Oktaviyah

Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

*Penulis Korespondensi, email: irwandi@unm.ac.id

Received: 29/03/2024

Revised: 05/04/2024

Accepted: 15/04/2024

Abstract. MSMEs play an important role in creating jobs and contributing to the economy. Small and medium enterprises are used as a valuable opportunity to make money more profitably. Bolu is a very popular food in Indonesia. Steamed sponge cake has different variations, such as coconut milk, sugar, pandan leaves, and bananas. "Raja Bolu" is one of the MSMEs that needs to be optimized to be more advanced. By using a naturalistic method approach through a series of interviews, the information collected then leads to the development of conclusions and recommendations for utilizing digital marketing in revenue growth. Raja Bolu sales need to be optimized because they only use a banner. Raja Bolu has a distinctive taste but the food life is relatively short, no more than two nights because it does not use preservatives.

Keywords: MSMEs, bolu cake, promotion

Abstrak. UMKM memainkan peran penting untuk dalam membuka lapangan pekerjaan dan berkontribusi terhadap perekonomian. Usaha kecil dan menengah yang digunakan sebagai kesempatan yang berharga untuk menghasilkan uang dengan cara yang lebih menguntungkan. Bolu adalah makanan yang sangat populer di Indonesia. Bolu kukus memiliki variasi yang berbeda-beda, seperti santan kelapa, gula pasir, daun pandan, serta pisang. "Raja Bolu" merupakan salah satu UMKM yang perlu dioptimalkan agar bisa lebih maju. Dengan menggunakan pendekatan metode naturalistik melalui serangkaian wawancara, informasi yang terkumpul kemudian mengarah pada pengembangan kesimpulan dan rekomendasi pemanfaatan pemasaran digital dalam pertumbuhan pendapatan. Penjualan Raja Bolu perlu dioptimalkan karena hanya menggunakan sebuah spanduk. Raja Bolu memiliki rasa yang khas namun umur makanan relatif pendek, tidak lebih dari dua malam karena tidak menggunakan bahan pengawet.

Kata Kunci: UMKM, kue bolu, promosi

How to Cite: Irwandi, I., Samsir, A., Syachbrani, W., Ryketeng, M., Oktaviyah, N. (2024). Optimalisasi UMKM Raja Bolu. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1) 18-26. doi: <https://doi.org/10.37478/mahajana.v5i1.4056>

PENDAHULUAN

Di dunia yang terglobalisasi saat ini, sektor UMKM memainkan peran penting untuk dalam membuka lapangan pekerjaan dan berkontribusi terhadap perekonomian (Richardson, 2004). Di Indonesia, UMKM ini ialah klaster usaha/bisnis terbesar dan telah menunjukkan ketahanannya terhadap guncangan ekonomi. Pengembangan UMKM inilah yang menjadikan ketahanan ekonomi (Kuncoro, 2017) Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan usaha kecil yang hanya memiliki tenaga kerja 5 hingga 19 orang, sedang usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja 20 hingga 99 orang (Alansori & Listyaningsih, 2020). Oleh karena itu, usaha mikro, kecil dan menengah ini membutuhkan dukungan dan pengakuan dari berbagai kelompok. Kerangka hukum yang ada mengatur kemampuan UMKM sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Sagita, et al., 2022).

Berdasarkan UU NO.20 Tahun 2008 menjelaskan tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), istilah "UMKM" mengacu pada bisnis kecil. Beberapa peraturan menjelaskan definisi dan ukuran dari UMKM. (1) Kelompok Usaha Mikro adalah organisasi yang menghasilkan keuntungan yang dimiliki oleh individu atau perseorangan yang dapat memenuhi standar Usaha Mikro yang telah diatur pada peraturan tersebut. (2) Menurut Peraturan ini, usaha kecil didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang menguntungkan dan berdiri sendiri yang dilakukan oleh individu atau bagian usaha yang bukan merupakan bagian dari organisasi yang diklaim, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau usaha besar. (3) Model usaha menengah adalah usaha moneter yang menguntungkan dan tunggal yang dilakukan oleh

individu atau bagian usaha. Ini tidak termasuk dalam perusahaan yang bisa dimiliki, dikendalikan, serta menjadi bagian dari usaha kecil ataupun usaha besar, dan memiliki kesepakatan tahunan yang konsisten atau sumber daya bersih sesuai dengan undang-undang. Dalam konteks perbaikan, usaha kecil dan menengah dapat dikelompokkan menjadi beberapa aturan. Satu dari aturan ini adalah kegiatan hidup, yang merupakan usaha kecil dan menengah yang digunakan sebagai kesempatan yang berharga untuk menghasilkan uang dengan cara yang lebih menguntungkan (Bangun & Purnama, 2022) (Kusuma, et al., 2020). Biasanya disebut area santai. Penjual di jalan adalah ilustrasi. Micro Enterprise, yang merupakan usaha kecil dan menengah yang ahli tapi tidak memiliki jiwa kepemimpinan. Fast Moving Enterprise dan Small Dynamic Enterprise ialah dua jenis usaha yang kecil dan menengah dan memiliki jiwa inovatif serta dapat diterima subkontrak dan produk (Hanim & Noorman, 2018).

Bolu adalah makanan yang sangat populer di Indonesia. Bolu kukus memiliki variasi yang berbeda-beda, seperti santan kelapa, gula pasir, daun pandan, serta pisang. Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan bolu kukus mekar adalah tepung terigu (Rambe & Gusnita, 2022).

Rektorat Jenderal Tanaman Pangan Kementerian Pertanian menyatakan Indonesia saat ini ialah eksportir gandum terbesar ketiga di dunia, yang memiliki total volume ekspor sampai 7,4 juta ton pada 2015 dan terus meningkat. Namun pola impor gandum yang meningkat dapat mempengaruhi ketahanan pangan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan bahan olahan yang lain agar bisa memenuhi kebutuhan tepung terigu. Pemerintah Indonesia telah melaksanakan berbagai proyek untuk tingkatkan ketahanan pangan masyarakat, salah satu cara ialah perluasan biji-bijian, dengan tujuan menghilangkan impor gandum ke Indonesia. Biro Ketahanan Pangan yang merupakan bagian dari Pusat Ketahanan Pangan Konsumsi juga telah menjalankan program pemanfaatan peningkatan pangan masyarakat melalui tepung ini. Beberapa umbi-umbian Indonesia mengandung karbohidrat tinggi dan dapat dijadikan makanan olahan. Alternatif pengganti tepung terigu ialah umbi-umbian talas belitung (*Xanthosoma sagittifolium*) atau kimpul. Djaafar & Rahayu (2008) mengusulkan agar talas kimpul ini dipakai sebagai pengganti tepung terigu pada pengolahan kue lainnya dengan pemanfaatan 100%, tergantung produk yang akan dibuat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aprilia, et al., (2021) ditemukan bahwa kualitas kue bolu kukus tidak hanya ditentukan oleh rasa, permukaan, dan aroma saja. Namun, tingkat kemajuan juga memainkan peran penting dalam menentukan kualitas kue bolu kukus. Tingkat kemajuan sendiri dihitung dengan membagi tingkat kue bolu kukus dengan tingkat adonan yang dihasilkan.

Berbagai studi kasus sebelumnya menunjukkan bahwa dalam pembuatan kue kukus semacam kue bolu harus memperhatikan kadungan dan takaran dari bahan yang digunakan agar menghasilkan kue yang enak dan layak jual. Oleh karena itu, kami melakukan kunjungan ke salah satu UMKM untuk mengoptimalkan proses pembuatan kue bolu yang tepat dan juga mengoptimalkan pemasaran dengan berbasis online (Amellia & Pujianto, 2023).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di tempat UKMK "Raja Bolu", Jl. Borong Raya No. 110, Kec. Manggala, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan pada bulan September 2023. Dengan menggunakan pendekatan metode naturalistik yang mana sering digunakan karena dilakukan di lingkungan alami. Metode pendekatan ini dilakukan terhadap benda-benda alam yang berkembang dan ada tanpa pengaruh pengabdian yang berpotensi mempengaruhi dinamika benda tersebut. Pengabdian merupakan alat utama dan harus memiliki pengetahuan teoritis dan wawasan yang luas. Melalui hal ini, pengabdian dapat mengajukan pertanyaan, menilai, menangkap dan mengkonstruksi konteks sosial yang diteliti untuk menciptakan pemahaman yang jelas dan lebih bermakna. Pengabdian ini menggambarkan fenomena yang nyata adanya. Setelah melakukan serangkaian wawancara, informasi yang terkumpul kemudian mengarah pada pengembangan kesimpulan dan rekomendasi pemanfaatan pemasaran digital dalam pertumbuhan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha/bisnis "Raja Bolu" merupakan bidang usaha yang berjalan disektor makanan. Usaha "Raja Bolu" didirikan dari tahun 2010 oleh bapak Hakim Abdullah bersama istrinya, usaha ini terletak di Jalan Borong Raya 110. Pada awalnya, usaha ini hanya mengandalkan model kecil dan peralatan yang sederhana, tenaga kerja yang membantu juga hanya anggota keluarga.

Pada awalnya bapak Hakim Abdullah profesinya sebagai pengrajin emas. Di saat harga emas naik turun, istrinya membuka usaha sampingan yaitu kue "Raja Bolu" untuk menambah penghasilan rumah tangganya saat itu. Dengan seiring berjalannya waktu penjualannya meningkat sehingga diminati oleh masyarakat sekitar, karena usaha tersebut sudah mulai meningkat pesat sehingga bapak Hakim Abdullah akhirnya memutuskan untuk berhenti dari profesinya sebagai pengrajin emas. Dan beralih untuk mengembangkan usaha kue "Raja Bolu" dengan istrinya. Kemudian banyak orang-orang yang tertarik untuk membelinya. Terbukti dengan hasil yang memuaskan, dari situlah usaha ini terus menunjukkan perkembangannya yang berawal dari mengandalkan modal yang sedikit dan rasa percaya diri yang tinggi dan kuat akhirnya penghasilan dari usaha ini meningkat setiap bulannya.

Jenis bisnis ini juga masuk kedalam bidang "makanan penutup" karena menyediakan berbagai macam kue seperti Bolu keju, Bolu pandan, Bolu Rampah, Bolu Gulung, dan Bolu Zebra. Yang produksinya dilakukan secara langsung di rumah pemilik usaha. Mulai dari pembuatan kue, termasuk persiapan bahan, pencampuran, pemanggangan, dan dekorasi. Penjualan dilakukan secara langsung kepada pelanggan yang datang ke rumah atau melalui pesan.

Perkembangan usaha dari saat mulai usaha sampai ini dengan menambahkan cita rasa yang khas dan enak dimakan untuk para customer serta pelanggan. Bukan hanya itu bapak Hakim Abdullah dan istrinya sudah memiliki banyak pelanggan setia untuk usahanya.

Rencana pengembangan usaha "Raja Bolu" ini dijadikan pre-order agar usaha ini memiliki banyak reseller dan juga memudahkan pelanggan membeli produknya walaupun hanya order di rumah saja. Harapan bapak Hakim Abdullah dan istrinya untuk usaha ini kedepannya semakin berkembang dan semakin maju.



Gambar 1. *Interview proses produksi*

Proses Operasional Produk Raja Bolu

a. Pemilihan bahan

Dalam memilih bahan baku yang digunakan dalam UMKM, "Raja Bolu" menjadi aspek yang krusial untuk diperhatikan. Pemilik UMKM "Raja Bolu", faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap cita rasa kuenya. Oleh karenanya, pemilihan bahan mentah berkualitas tinggi ini sangat penting seperti tepung, gula, mentega, dan lainnya. Suryatna (2015) menyatakan kualitas bahan menentukan daya tahan roti. Hal ini akan memungkinkan Anda membuat kue bolu yang tidak hanya lebih lezat tetapi juga lebih menarik bagi calon pelanggan.

b. Alat yang digunakan

- 1) Mixer adalah perangkat elektronik atau mesin yang digunakan untuk mencampuri, mengocok, dan menggabungkan bahan-bahan dalam proses memasak dan membuat adonan. Mixer biasanya digunakan di dapur untuk memudahkan pekerjaan manual yang memerlukan tenaga dan waktu yang cukup banyak. Pada awalnya mixer yang digunakan dalam membuat adonan bolu yaitu mixer tangan. Seiring waktu mixer stan sering digunakan untuk tugas-tugas yang memerlukan tenaga lebih besar, seperti mengaduk adonan roti yang tebal atau membuat adonan kue dalam jumlah besar. Penggunaan mesin mixer akan meningkatkan produksi (Kriswanto, 2019). Penggunaan mesin untuk produksi pengadukan adonan dapat meningkatkan kapasitas produksi jika dibandingkan dengan produksi manual dan cukup tinggi dalam memberikan perubahan dari sisi pendapatan, kapasitas dan kecepatan produksi.



Gambar 2. Mixer stan

- 2) Oven, adalah alat yang sangat penting dalam pembuatan kue karena suhu dan distribusi panas yang tepat sangat mempengaruhi hasil akhir kue. Oven alat penting dalam proses pembuatan kue (Muladi, et, al., 2021). Pemahaman tentang cara mengoperasikan oven dengan benar adalah kunci untuk mencapai hasil yang berhasil dalam pembuatan kue.



Gambar 3. *Oven*

c. Proses Produksi

Berdasarkan wawancara dengan pihak usaha “Raja Bolu” saat membuat kue bolu harus memperhatikan cita rasa, mutu maupun kesehatan. Proses pembuatan kue bolu mempunyai langkah-langkah tertentu yang harus diikuti secara spesifik untuk menciptakan cita rasa kue bolu yang nikmat dan lezat.

Adapun langkah-langkah proses pembuatan kue bolu seperti:

Panaskan oven terlebih dahulu hingga mencapai suhu sekitar 180°C. Selama proses persiapan, pastikan rak oven berada di tengah setelah itu oleskan loyang yang digunakan menggunakan margarin dan taburi dengan tepung atau lapiasi dengan kertas roti. Ini akan mencegah adonan menempel pada loyang saat memanggang.

Dalam wadah besar, saring tepung terigu, baking powder, dan sedikit garam. Saring agar bahan kering tercampur dengan baik dan tidak ada gumpalan. Dalam wadah lain, kocokkan telur bersama gula pasir menggunakan mixer atau alat pengocok lain dengan merata hingga tercampuran dan mengembang, berubah pucat, dan terlihat lembut. Proses ini biasanya memakan waktu sekitar 3-5 menit. Masukkan mentega atau margarin yang telah dicairkan ke dalam campuran telur dan gula yang dilakukan sebelumnya. Aduk hingga merata menggunakan mixer dengan kecepatan yang rendah sampai tercampur dengan baik. Tambahkan campuran terigu, baking powder, serta garam dengan perlahan ke dalam campuran telur dan margarin. Aduk sampai tercampur dengan rata, namun jangan terlalu lama mengocoknya. Jika Anda ingin memberikan rasa vanila, tambahkan ekstrak vanili ke dalam adonan dan aduk hingga merata. Tuangkan adonan ke dalam loyang yang telah disiapkan. Letakkan adonan ke dalam loyang yang sudah dipanaskan tadi dan pastikan posisinya berada ditengah. Diamkan dan panggang selama 15-20 menit hingga kue bolu matang. Anda dapat memeriksa kematangan kue dengan menusukkan lidi atau tusukan gigi ke tengah kue bolu. Jika lidi yang keluar terlihat bersih, artinya kue bolu sudah matang. Setelah matang, keluarkan kue bolu dan biarkan dingin dalam loyang tunggu selama beberapa menit. Setelah itu pindahkan ke rak kawat untuk mendinginkan sepenuhnya.

Setelah kue benar-benar dingin, Anda dapat menghiasnya sesuai keinginan. Ini bisa berupa gula tepung, glasir, potongan buah, atau berbagai jenis hiasan lainnya.

d. Pemilihan Menu

Pemilik usaha Raja bolu memproduksi berbagai menu dengan berbagai rasa, agar dapat menarik para pelanggan dengan lebih banyak, adapun berbagai macam pilihan rasa seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. *Jenis kue raja bolu*

Jenis Kue	Gambar Kue
Bolu keju	
Bolu pandan	
Bolu rimpah	
Bolu zebra	
Bolu gulung	

Capaian

Raja Bolu dalam meningkatkan promosi produk yang dilakukan hanya sebatas sebuah spanduk. Hal ini masih kurang dan perlunya dilakukan pemasaran yang lebih luas lagi. Selain mengandalkan spanduk "Raja Bolu" dapat meluaskan pemasarannya di sebuah sosial media seperti instagram, whatsapp, shopee dan media sosial lainnya agar dapat meluaskan jangkauan pemasarannya. memanfaatkan ecommerce sebagai media pemasaran adalah agar UMKM kue bolu dapat berkembang dan mengalami peningkatan dalam penjualan (Della & Anjani, 2023; Alda, 2022). Harapan pelanggan terpicat oleh kualitas dan rasa produk ini. Resep unik untuk barang-barang yang diproduksi sendiri tetap sama sejak awal berdirinya perusahaan. Pelanggan dapat dengan mudah memilih pengambilan di tempat atau pengiriman di lokasi distribusi (Warsiyah, et al., 2023).

Juga yang perlu diperhatikan adalah manajemen UMKM yang dapat diaplikasikan oleh UMKM dalam usaha meningkatkan efektivitas UMKM. Model manajemen ini memuat aspek manajemen perusahaan, yaitu manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen

sumber daya manusia, dan manajemen keuangan, di mana pada sisi lain ada pengukuran kinerja UMKM sehingga mereka mampu mengukur kinerjanya untuk mengetahui perkembangan usahanya dari waktu ke waktu (Bismala, 2016). Peran pemerintah dalam upaya mendorong UMKM juga sangat penting (Wiji Yuwono, 2020).

Salah satu kendala dalam proses pembuatan "Raja Bolu" adalah mengutamakan rasa dibandingkan umur panjang dengan tidak menggunakan bahan pengawet pada makanannya. Akibatnya, makanan yang dibeli memiliki umur simpan yang relatif pendek, tidak lebih dari dua malam. Penelitian kami menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan rasa yang berbeda pada kue bolu mereka, mirip dengan rasa yang ditemukan di "Raja Bolu".

Pesanan yang dalam seminggu didapatkan "Raja Bolu" mendapatkan pesanan 20-30/minggu, dan ditambah dengan pesanan dalam empat minggu terakhir sehingga penetapan mendatang dalam hasil pemasaran dengan meningkatkan omset penjualan.



Gambar 4. *Pemilik raja bolu*

SIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

Bisnis kue bolu memiliki pangsa pasar yang signifikan, dengan permintaan yang stabil dari berbagai segmen konsumen. Kue bolu adalah produk yang populer dalam berbagai acara, seperti ulang tahun, pernikahan, dan perayaan lainnya. Keberhasilan dalam bisnis kue bolu sering kali bergantung pada inovasi produk. Pemilik bisnis harus selalu menciptakan varian rasa yang menarik, mengikuti tren pasar, dan mungkin mempertimbangkan untuk menawarkan opsi kue bolu khusus, seperti bebas gluten atau vegan, untuk mengakomodasi preferensi pelanggan yang beragam.

Kualitas produk dan konsistensi dalam pembuatan kue bolu adalah kunci utama untuk mempertahankan dan memenangkan pelanggan. Pemilik harus memastikan bahwa produk-produknya selalu segar, lezat, dan memenuhi standar kebersihan dan keamanan makanan. Menciptakan merek yang kuat dan melakukan pemasaran yang efektif sangat penting untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Dengan strategi pemasaran yang baik, termasuk pemanfaatan media sosial dan promosi yang kreatif, bisnis kue bolu dapat membangun basis pelanggan yang setia.

Manajemen keuangan yang baik sangat diperlukan dalam bisnis ini. Ini termasuk pengelolaan biaya produksi, perhitungan harga jual yang sesuai, dan pemantauan keuangan secara berkala untuk memastikan keberlanjutan bisnis. Mengembangkan hubungan dengan pemasok lokal untuk bahan baku dapat membantu mengurangi biaya produksi dan mendukung ekonomi lokal. Kerja sama dengan bisnis lain, seperti kafe atau toko roti, juga dapat menghasilkan sinergi yang menguntungkan. Dalam jangka panjang, bisnis kue bolu dapat

mempertimbangkan pertumbuhan, seperti ekspansi ke lokasi tambahan, pembukaan toko fisik, atau penambahan lini produk terkait. Penting untuk dicatat bahwa pangsa pasar dapat berubah seiring waktu karena persaingan perubahan tren konsumen atau perubahan dalam strategi bisnis. Oleh karena itu, bisnis sering memonitor dan mengelola pangsa pasarnya secara aktif untuk tetap bersaing dan tumbuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alansori, Apip, & Listyaningsih, E. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Alda, M. (2022). Perancangan E-Commerce Penjualan Kue Dengan Menerapkan Model B2C (Business To Consumer). *Journal of Computers and Digital Business*, 1(1), 28–36. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v1i1.6>
- Amellia, D., & Pujianto, W. E. (2023). Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debog Pisang Online Melalui Manajemen Pengemasan Inovatif dan Pemasaran Berbasis E-Commerce. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 565–569. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.616>
- Aprilia, D. T., Pangesthi, L. T., Handajani, S., & Indrawati, V. (2021). Pengaruh substitusi tepung sukun (*Artocarpus altilis*) terhadap sifat organoleptik bolu kukus. *Jurnal Tata Boga*, 10(2), 314-323. <https://core.ac.uk/download/pdf/539841676.pdf>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Bismala, L. (2017). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Della Rossa, N., & Anjani, N. K. (2023). Sosialisasi Mengenai Pemasaran Kue Bolu Desa Penglumbaran Melalui E-commerce. *LOGISTA: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 39-42. doi:10.25077/logista.7.1.39-42.2023
- Djaafar, F. T., Purwaningsih, H., & Rahayu, S. (2008). Pengembangan Diversifikasi Pengolahan Umbi-Umbian Dalam Rangka Pemanfaatan Pangan Lokal. Balai Pengkajian Pertanian Yogyakarta. *Argos*, 10(1), 56-72.
- Wiji Yuwono, I. R. (2020). PERAN PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 30-50. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i2.39>
- Hanim, L., & Noorman, M. S., (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil & Menengah) & Bentuk-bentuk Usaha*. Semarang: Unissula Pres.
- Indonesia. Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta
- Kuncoro, M. (2017). *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Kriswanto, dkk. (2019). Penerapan Mesin Pengaduk Adonan Kue pada Usaha Bakpia di Kelurahan Pakintelan. *Rekayasa: Jurnal Penerapan Teknologi dan Pembelajaran*, 7 (2): 35-40. DOI: <http://dx.doi.org/10.15294/rekayasa.v17i2.21727>
- Kusuma, R. D., Sutjipto, S. S. U., Sujana, S., & Maretha, H. A. (2020). Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 233-240. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.1403>
- Muharsih, L., & Aliefatikha, S. (2022). Identifikasi Kemasan Produk UMKM Bolu Barokah untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(1), 1240-1248.
- Muladi, M., Rahmawati, Y., Wirawan, I. M., Hidayat, S., Septian, F. R. D., & Isrofil, F. (2021). Pengembangan oven dengan kontrol elektronik untuk peningkatan kapasitas dan kualitas produksi kue bolu. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 177-189. DOI:10.33474/jipemas.v4i2.9166
- Rambe, S. A. & Gusnita, W. (2022). Pengaruh Substitusi Tepung Ubi Jalar Ungu Terhadap Kualitas Bolu Kukus Mekar. *Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi*, 3(1), 68-72. DOI: 10.2403/80sr290.00
- Richardson, J. (2004). Entrepreneurship and development in Asia. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 4(5), 469-484. <https://ideas.repec.org/a/ids/ijeima/v4y2004i5p469-484.html>
- Sagita, N. G., Kartikasari, M. ., Asyrofi, M. H., & Hayati, K. R. (2022). Optimalisasi Digital Marketing untuk Pengembangan UMKM Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1325-1332. <https://doi.org/10.54082/jamsi.430>
- Suryatna, B. S. (2015). Peningkatan kelembutan tekstur roti melalui fortifikasi rumput laut Euchema Cottoni. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana dan Boga*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.15294/teknobuga.v2i2.6429>
- Warsiyah, W., Luviadi, A., Huwaina, M., & Fakhrurozi, M. (2023). Pemberdayaan Umkm Melalui Optimasi Media Digital Pada Komunitas Inkusi (Inovasi Kewirausahaan Syariah). *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(1), 135-142. <https://doi.org/10.36908/akm.v4i1.838>