

Pembuatan Brownis Krispy On-The-Go: Inovasi Snack Ringan Program Kreativitas Mahasiswa

Riski Mailisa¹, Andika Dimas Saputra¹, Evi Susanti¹, Titis Wulandari^{1*}, Tri Wera Agrita¹

Universitas Muhammadiyah Muara Bungo

Email: titiswulandari17@gmail.com

Abstrak

Brownies merupakan salah satu jenis kue yang teksturnya tidak mengembang, padat dan tidak selembut kue bolu biasa atau kue black forest, namun memiliki cita rasa yang khas yaitu rasa coklat yang sangat dominan aroma coklat yang kuat. Melalui ide kami menciptakan brownies dalam bentuk kemasan berbeda yaitu Bronchips muncul setelah melakukan survei makanan yang apa yang sering dibawa orang kemana saja. Bronchips selain dikonsumsi sebagai snack juga dapat ditambahkan menjadi topping dessert atau bahkan diolah lagi menjadi aneka dessert tersendiri. Melihat dari kemasan produk, pasar sasaran produk ini adalah kalangan anak muda, area perkotaan, dan mereka yang memiliki hobi bersosial media. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari teknik pembuatan, pengemasan, hingga strategi pemasaran. Melalui program ini, diharapkan mahasiswa tidak hanya memperoleh keterampilan kuliner, tetapi juga kemampuan berwirausaha yang dapat menunjang kemandirian ekonomi mereka di masa depan. Kegiatan ini juga mendukung pengembangan inovasi di bidang kuliner dan mendorong semangat kreativitas di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Brownies, Bronchips, PKM K

Abstract

Brownies are a type of cake that does not expand, is dense and not as soft as regular sponge cake or black forest cake, but has a distinctive taste, namely a chocolate taste that is very dominant with a strong chocolate aroma. Through our idea of creating brownies in a different packaging form, namely Bronchips, it emerged after conducting a survey of what foods people often carry everywhere. Bronchips, apart from being consumed as a snack, can also be added as a dessert topping or even processed into various desserts on their own. Looking at the product packaging, the

target market for this product is young people, urban areas, and those who have a hobby of socializing on social media. This training covers various aspects, from manufacturing techniques, packaging, to marketing strategies. Through this program, it is hoped that students will not only gain culinary skills, but also entrepreneurial skills that can support their economic independence in the future. This activity also supports the development of innovation in the culinary field and encourages a spirit of creativity among students.

Keywords : Brownies, Bronchips, PKM K

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri sebagian besar dipengaruhi oleh generasi milenial di mana kesehariannya tidak lepas dari kemunculan teknologi yang terus berkembang pada tiap masanya. Dalam persaingan industri yang semakin ketat (Nabilah et al., 2019) untuk memenangkan sebuah persaingan memiliki kunci utama yaitu dengan memberi kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berinovasi dan berkualitas dengan harga bersaing (Agung W et al., 2021). Suatu produk harus membuat dirinya berbeda dari para pesaing lainnya untuk memuaskan serta meningkatkan hubungan yang baik dengan

konsumen. Pada masa ini bisnis kue brownies dalam beberapa daerah mengalami perkembangan membuat kue brownies menjadi berbagai varian.

Sekarang telah banyak timbul pengusaha brownies produksi skala kecil atau industri rumahan hingga skala besar seperti pertokoan. Ide penciptaan Bronchips muncul setelah melakukan survei makanan yang apa yang sering dibawa orang kemana saja. Dari survei tersebut mendapatkan hasil bahwa kue brownies adalah salah satu makanan yang sering dibawa saat berpergian. Ide tersebut kemudian dijalankan pada tahun 2016 yaitu Bronchips yang menjual keripik brownies tipis, kering, dan renyah. Bronchips selain dikonsumsi sebagai snack juga dapat ditambahkan menjadi topping dessert atau bahkan diolah lagi menjadi aneka dessert tersendiri. Melihat dari kemasan produk, pasar sasaran produk ini adalah kalangan anak muda, area perkotaan, dan mereka yang memiliki hobi bersosial media.

Salah satu aspek yang mempengaruhi niat pembeli adalah popularitasnya yang berupa branding serta kemasan produk. Produk mampu merangsang perhatian konsumen melalui pesona visual yang terlihat dari produk yang memanfaatkan bentuk, warna, ilustrasi dan mereknya. Keberhasilan daya tarik kemasan ditentukan oleh estetika yang menjadi bahan pertimbangan sejak awal perencanaan bentuk kemasan. (Mardiana & Sumarji, 2019) ; (Nadimpalli et al., 2020) karena pada dasarnya nilai estetika harus terkandung dalam keserasian antara bentuk dan penataan desain grafis tanpa melupakan kesan jenis ciri, dan sifat barang/produk yang diproduksi. Bagus atau tidaknya warna di dalam dunia desain sebenarnya tergantung dari sudut pandang atau persepsi setiap orang ketika melihatnya.

Warna menjadi point penting dalam bagian utama untuk mempengaruhi daya tarik sebuah benda, karya, ataupun desain. Warna memberikan kesan (Setiyo Adi Nugroho et al., 2021); (Kusumawati et al., 2022) tersendiri dalam karya desain, oleh karena itu desainer perlu memperhitungkan segi pewarnaan dalam menciptakan karya sebab warna dapat berperan untuk menambah efektifnya penyampaian pesan yang diinginkan klien untuk mengkomunikasikannya kepada para konsumen. Pada kenyataan di lapangan, keripik Bronchips memiliki kelemahan pada aspek kemasan dari segi warna, artinya produk ini menggunakan warna yang kurang sesuai dengan sifat produk sehingga menciptakan kebingungan karena miskomunikasi antara produk dengan konsumen.

Keunggulan dan keunikan dari produk Keripik brownies ini dari pesaing tentunya berbeda dengan brownies-brownies pada umumnya biasanya brownies di buat dengan bentuk yang padat dan sedikit lembut dalamnya, kini brownies bisa diinovasikan menjadi keripik brownies sehingga berbeda dari para pesaing yang menjual brownies. Produk usaha ini, kami beri nama Bronchips atau dapat disebut sebagai Brownis Krispy yang dimana produk kami ini merupakan brownis yang tidak biasa, brownis kami memiliki tekstur krispy seperti keripik namun memiliki cita rasa yang nyoklat dan gurih setiap gigitannya.

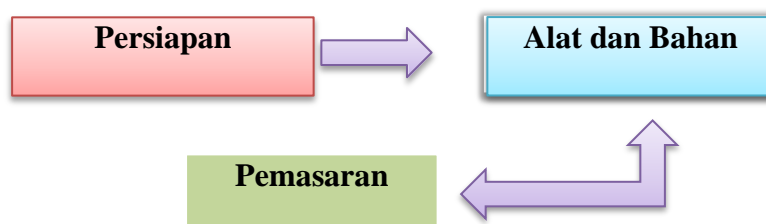
Manfaat dalam mengonsumsi Bronchips ini dapat meningkatkan mood, tinggi antioksidan, dan dapat menghilangkan stres bagi para penikmatnya karena brownis ini mengandung coklat yang memiliki banyak manfaat (Ilham Mazis et al., 2023). Namun bagi yang tidak mempunyai riwayat penyakit serius yang melarang dalam mengonsumsi makanan yang mengandung coklat tetap harus membatasi pola makannya, dapat meningkatkan resiko diabetes, kegemukan yang tidak sehat, kecemasan. Produk Bronchips ini merupakan brownis yang telah dikembangkan dari cake brownis pada umumnya, cake brownis biasanya berbentuk kue, kukis, bahkan pie.

Sebagian orang mungkin banyak yang menyukai cake, namun ada juga sebagian orang yang kurang menyukai cake/kue. Jadi ide ini merupakan pengembangan yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Muara Bungo yaitu PKM-K dengan judul “BROWNIS KRISPY ON-THE-GO: INOVASI SNACK RINGAN YANG SELALU SIAP MENEMANI. Dimana brownies ini dapat menciptakan rasa gurih,asin,manis, dan enak yang dapat diterima bagi orang-orang yang kurang menyukai cake/kue. Produk ini semoga dapat bermanfaat bagi penikmat nya dan menjadi ide bisnis bagi para Masyarakat Indonesia dalam pasar UMKM dan dapat mengubah perekonomian. Dengan ini kami berharap semoga usaha yang ingin kami jalankan dapat di terima dengan baik oleh masyarakat, dan cita rasanya dapat diterima dan disukai oleh banyak orang.

II. METODE

1. Aspek Produksi

Berdasarkan metode pelaksanaan di atas terlihat metode dalam pelaksana PKM-K ini terdiri dari beberapa tahapan dimulai dari:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Produk

Pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM-K) untuk pembuatan Brownis Krispy On-The-Go melibatkan beberapa tahapan kunci yang mencakup persiapan, pengadaan alat dan bahan, serta strategi pemasaran. Berikut adalah rincian dari setiap tahapan tersebut:

1. Persiapan

a. Perencanaan Konsep Produk

- Definisi produk: Menentukan karakteristik brownis krispy, seperti rasa, tekstur, dan kemasan.
- Studi pasar: Melakukan survei untuk memahami preferensi konsumen dan tren pasar terkait snack ringan.

b. Penyusunan Tim

- Pembentukan tim pelaksana yang terdiri dari mahasiswa dengan peran yang spesifik, seperti produksi, pemasaran, dan keuangan.
- Pembagian tugas dan tanggung jawab secara jelas untuk memastikan kelancaran pelaksanaan.

c. Penyusunan Jadwal

- Menyusun timeline kegiatan dari awal hingga akhir pelaksanaan PKM-K.
- Mengidentifikasi milestone penting dalam setiap tahapan produksi dan pemasaran.

2. Alat dan Bahan

a. Pengadaan Alat

- Oven: Untuk proses pemanggangan brownis.
- Mixer: Untuk mencampur adonan secara merata.
- Loyang: Sebagai cetakan untuk brownis.
- Timbangan: Untuk mengukur bahan dengan tepat.
- Alat pengemasan: Seperti plastik vacuum sealer atau mesin pengemas lainnya.

b. Pengadaan Bahan

- Bahan dasar: Tepung terigu, gula, telur, mentega, dan coklat.
- Bahan tambahan: Baking powder, vanili, dan bahan lainnya sesuai resep.
- Bahan krispy: Seperti cornflakes atau bahan lainnya yang dapat memberikan tekstur krispy.
- Kemasan: Plastik kemasan, label, dan stiker produk.

3. Produksi

a. Pembuatan Adonan

- Mencampur bahan-bahan sesuai resep yang telah disusun.
- Mengolah adonan hingga mencapai konsistensi yang diinginkan.

b. Pemanggangan

- Memanaskan oven hingga suhu yang tepat.
- Memanggang adonan hingga matang dan memperoleh tekstur krispy di bagian luar.

c. Pengemasan

- Mendinginkan brownis sebelum dikemas untuk menjaga kualitas.
- Mengemas brownis dalam kemasan yang menarik dan higienis.
- Menempelkan label dan stiker produk untuk branding.

4. Pemasaran

a. Strategi Pemasaran

- Menentukan target pasar: Seperti mahasiswa, pekerja, atau masyarakat umum.
- Menyusun rencana pemasaran yang mencakup promosi offline dan online.

b. Promosi Online

- Membuat akun media sosial khusus untuk produk Brownis Krispy On-The-Go.
- Menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk promosi.
- Mengadakan giveaway atau diskon khusus untuk menarik minat konsumen.

c. Promosi Offline

- Menyebarkan brosur atau pamflet di lingkungan kampus atau tempat umum lainnya.
- Berpartisipasi dalam bazar atau pameran untuk memperkenalkan produk secara langsung.

d. Distribusi

- Menyediakan opsi pembelian langsung maupun pemesanan melalui online.

- Mengatur sistem pengiriman yang efisien untuk memastikan produk sampai ke konsumen dalam kondisi baik.

5. Persiapan Alat Dan Bahan

Pengajuan bronchips didiskusikan dengan tim proposal serta didiskusikan dengan dosen pembimbing. rencana persiapan ini menentukan proses persiapan perijinan dan perancangan program seperti peralatan dan bahan yang dibutuhkan. Sebelum melakukan proses pembuatan brownis krispy maka yang harus di persiapkan terlebih dahulu adalah alat dan bahannya diawah ini adalah tahapan persiapan dan alat bahannya meliputi:

Tabel 1. Persiapan Alat dan Bahan

Alat	Bahan
Oven	Tepung Terigu
Kompore, tabung gas dan regulator	Coklat Bubuk
Alat pengocok adonan	Gula halus
Pisau giling	Coklat batang
Baskom	Telur
Kertas minyak	Mentega
Sendok	Vanili
kemasan	Toping kering, kacang- kacangan, keju, dll

6. Proses Pembuatan Bronchips

- 1) Lelehkan coklat batang yang sudah di potong kecil-kecil masukan kedalam mangkok tahan panas setelah itu tambahkan margarin secukupnya
- 2) Panaskan wajan yang berisikan air dan masukan mangkok yang sudah di beri coklat dan margarin.
- 3) Aduk sampai coklat meleleh , jika sudah meleleh matikan kompor dan tunggu coklat dingin.
- 4) Sembari menunggu coklat dingin kita buat adonan selanjutnya yaitu kocok beberapa butir telur dan tambahkan sedikit garam vanili dan gula halus
- 5) Kocok sampai adonan mengembang dan tekstur lembut .
- 6) Jika sudah adonan mengembang maka campurkan lelehan coklat yang tadi
- 7) Siapkan kertas minyak di atas loyang dan tuangkan adonan coklat
- 8) Panaskan oven dengan suhu 150 derajat api atas bawah
- 9) Beri toping di atas adonan dan ratakan di atas loyang
- 10) Usahakan setipis mungkin karena untuk menghasilkan crispy
- 11) Masukan adonan kedalam oven yang sudah panas dan tunggu beberapa saat.
- 12) Jika sudah maka tinggal kita potong menggunakan pisau pemotong dan bentuk seuai keinginan.
- 13) Bronchips siap dipasarkan



Gambar 2. Proses Pembuatan Bronchips

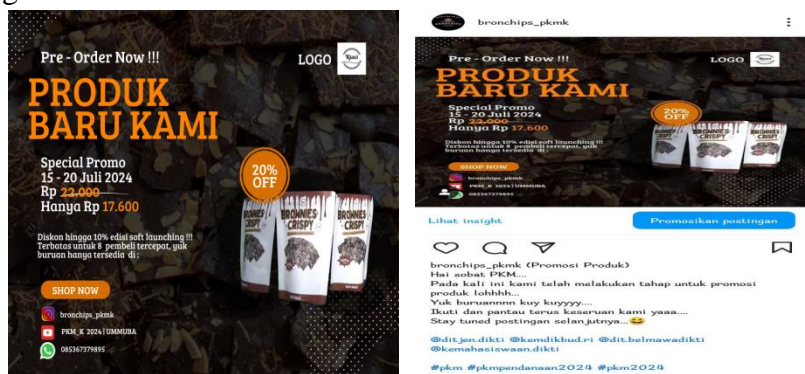
Keterangan :

- a) Bahan pembuatan brownis chips
- b) Bahan yang akan di olah
- c) Bronchips siap disajikan

7. Aspek Pemasaran Produk

Tahapan pemasaran produk diawali dengan mendesain produk atau label logo produk yang menarik di teruskan dengan perizinan usaha untuk meyakinkan konsumen bahwa produk ini aman untuk dikonsumsi dan akan membantu dalam jejaring bisnis dan memproduksi bronis krispy kita tetap memperhatikan kualitas kesehatan makanan. Promosi dan pengenalan produk ini dilakukan melalui beberapa cara seperti pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Youtube, Whatsapp, selain itu pemasaran seperti toko- toko terdekat termasuk juga mempromosikan melalui door too door.

Sasaran promosi dan pasaran produk ini adalah tempat umum yang banyak dikunjungi oleh banyak masyarakat seperti sekolah, kampus, warung, dan tempat-tempat yang lokasinya strategis. Selain itu harganya juga terjangkau dan sudah pasti makanan ini sehat bagi tubuh dan baik untuk kesehatan juga. Produksi ini dipasarkan juga oleh anggota kelompok di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Muara Bungo.



Gambar 3. Produk “Brownis Krispy”

8. Manajemen Usaha

Proses pemasaran produk “Brownis Krispy ” dilakukan secara online dengan memanfaatkan platform Instagram, Whatsapp, Dan You Tobe. Bisnis bronchips membutuhkan kesabaran, inovasi, dan kepekaan terhadap perubahan selera konsumen terhadap banyaknya olahan makanan yang bermunculan,

sehingga dengan kemampuan tersebut dapat melakukan beberapa kajian sehingga produk bisa menjadi sempurna.

Salah satunya, yaitu berpartisipasi sebagai sponsor dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan secara daring maupun luring oleh Himpunan Mahasiswa (HIMA) PGSD. Kami juga bekerja sama dengan HUMAS yang ada di kampus kami dengan memanfaatkan media sosial yang dimilikinya dalam mempromosikan produk “Brownis Krispy”. Biaya produksi akan menentukan harga jual sekaligus keuntungan dari suatu usaha. Berikut ini perhitungan untuk pembuatan produk “Brownis Krispy”.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterampilan Pembuatan Brownis: Mahasiswa berhasil mempelajari teknik dasar dan lanjutan dalam pembuatan brownis krispy, mulai dari pencampuran bahan, pemanggangan, hingga pengemasan. Pengembangan Resep, Peserta mampu mengembangkan resep brownis dengan variasi rasa yang beragam, meningkatkan kreativitas dalam menciptakan produk yang menarik bagi konsumen. Kualitas Brownis: Produk yang dihasilkan memiliki tekstur krispy di luar dan lembut di dalam, sesuai dengan tujuan awal pelatihan. Produk ini juga mendapat respon positif dari uji rasa yang dilakukan. Efisiensi Produksi: Proses produksi berjalan efisien dengan penggunaan alat dan bahan yang tepat. Mahasiswa mampu memproduksi brownis dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan awal. Keterampilan pembuatan brownis mencakup berbagai teknik dan pengetahuan yang diperlukan untuk menghasilkan brownis dengan kualitas yang baik (Hartaty, 2017); (Sari, 2014).

Desain Kemasan: Produk dikemas dalam kemasan praktis dan menarik, sesuai dengan konsep on-the-go. Kemasan ini tidak hanya menjaga kesegaran produk tetapi juga meningkatkan daya tarik visual. Branding: Label dan stiker produk yang dirancang oleh peserta memberikan identitas kuat bagi Brownis Krispy On-The-Go, membuatnya mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Penjualan produk memberikan pendapatan tambahan bagi mahasiswa yang terlibat, mendorong mereka untuk mempertimbangkan usaha kuliner sebagai pilihan karier. Beberapa mahasiswa tertarik untuk melanjutkan usaha ini secara mandiri, menunjukkan dampak positif dari program ini dalam mendorong semangat kewirausahaan. Inovasi Produk Unik dan Praktis: Brownis Krispy On-The-Go berhasil menciptakan produk yang unik dengan menggabungkan tekstur krispy dan rasa lezat dari brownis, serta konsep on-the-go yang memenuhi kebutuhan konsumen modern. Respon Pasar: Produk ini mendapat respon positif dari konsumen yang menginginkan snack ringan yang praktis dan enak, membuktikan bahwa inovasi ini tepat sasaran.

Keterampilan Mahasiswa Pengembangan Keterampilan: Pelatihan ini secara efektif meningkatkan keterampilan kuliner dan bisnis mahasiswa, memberikan mereka pengetahuan praktis yang berharga. Pemberdayaan Mahasiswa: Mahasiswa merasa lebih percaya diri dalam mengeksplorasi ide-ide kreatif dan mengembangkan usaha mereka sendiri di masa depan. Tantangan dan Solusi merupakan salah satu tantangan utama adalah menjaga konsistensi kualitas produk dalam setiap batch. Solusi yang diterapkan termasuk pelatihan berulang dan penggunaan alat yang tepat. Pemasaran Efektif: Meskipun media sosial efektif, masih diperlukan strategi pemasaran yang lebih terarah untuk menjangkau pasar yang lebih luas,

seperti kerjasama dengan influencer lokal dan promosi di *platform e-commerce*.

Evaluasi dan Pengembangan Lanjutan Feedback Konsumen: Berdasarkan feedback, beberapa aspek seperti variasi rasa dan kemasan dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan daya saing produk. Pelatihan Lanjutan: Pelatihan tambahan dalam manajemen bisnis dan pemasaran digital dapat diberikan untuk memperkuat keterampilan wirausaha mahasiswa.

Potensi Keberlanjutan Usaha

Produk "Brownchips On The Go" Ini merupakan ide bisnis kewirausahaan yang sangat berpotensi untuk di kembangkan lebih jauh, melihat "Brownis Krispy " Ini yang mengedapankan aspek cita rasa dalam makanan kering dan tahan lama menjadi keunggulan tersendiri dalam menjaga keberlanjutan bisnis ini. Kami menyadari bahwa terdapat produk yang sejenis dan mirip dengan produk. "Brownis Krispy on the go", tetapi produk kami mengedapankan Pemilihan bahan-bahan yang berkualitas, dan tidak menurunkan standar bahan produksi, sehingga rasa dan kualitas terus terjaga. Keberlanjutan usaha adalah sebuah kondisi disaat perusahaan atau jenis usaha memiliki kecukupan dana untuk menjalankan dan mengembangkan usahannya keberlanjutan usaha selalu berkaitan dengan kebangkrutan(Hadiyati, 2019);(Prihanto & Damayanti, 2022);(Agustin & Hasan, 2021).

Adapun kelebihan dari produk kami yaitu "Brownis Krispy On The Go" Yang merupakan produk makanan kue kering dengan target pasar dan konsumen yang cukup luas, yaitu untuk memberikan inovasi baru di kalangan masyarakat terutama pada orang-orang yang suka cemilan dan ingin berpergian jauh. Contohnya kami sudah melakukan survey tentang kepuasan masyarakat terhadap "Brownis Krispy On The Go" Dan hasil dari survey tersebut masyarakat merasa puas terhadap produk kami " Brownis Krispy On The Go ". Sehingga produk ini mengalami kenaikan permintaan pesanan setelah kami melakukan promosi melalui media sosial contohnya pada instagram, whatsapp, you tube.

Pengembangan Usaha

Potensi pengembangan usaha dari produk "Brownis Krispy On The Go" Yang menghasilkan profit dari satu pouch kemasan sebesar 50%. Oleh karena itu sangat menguntungkan dan menjanjikan keberlangsungan usaha ini. Dengan profit tersebut, usaha ini akan mencapai pengembalian modal lebih cepat sehingga dapat lebih fokus mengembangkan usaha. Meskipun produk ini mengedapankan untuk rasa, kesehatan dan kemasan yang menarik, akan tetapi prodik "Brownis Krispy On The Go", juga tetap memperhatikan unsur estetika dan ketahanan produk. Selain itu produk ini juga memperhatikan manfaat untuk masa depan. Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan maksud untuk melihat kemungkinan perubahan suatu produk menjadi lebih baik, sehingga meningkatkan efisiensinya dan memberikan kegunaan dan kepuasan yang lebih besar(Suhartawan, 2022);(Nurhikmah et al., 2024).

IV. KESIMPULAN

Proyek "Pembuatan Brownis Krispy On-The-Go: Inovasi Snack Ringan Program Kreativitas Mahasiswa" berhasil mencapai tujuannya dalam menciptakan produk yang inovatif dan memberikan dampak positif bagi mahasiswa yang terlibat. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya integrasi antara

pendidikan, kreativitas, dan praktik bisnis dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan. Proyek ini tidak hanya menghasilkan produk yang diterima baik oleh pasar tetapi juga mendorong pengembangan keterampilan dan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Kemendikbud khususnya Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan yang telah membiayai kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM K), Serta Kepada dosen Pembimbing yang membantu kami menyelesaikan program ini sampai selesai sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung W, R., Yudhistira H, G., & Aziz, R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan dan pertumbuhan pasar: pemimpin, pesaing, pengikut, nicher (suatu literature review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.455>
- Agustin, M. S., & Hasan, F. (2021). Analisis Keberlanjutan Usaha Budidaya Bandeng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3). <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5636>
- Hadiyati, E. (2019). Strategi Pemasaran Kewirausahaan Dalam Membangun Keberlanjutan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah : Suatu Pendekatan Konsep. *E-Repository Dosen Universitas Gajayana Malang*, 0(0).
- Hartaty, Y. (2017). Peningkatan Hasil Belajar Keterampilan Tata Boga Materi Pembuatan Brownis Pisang Melalui Model Pembelajaran Eksplisit Instruction. *JURNAL IQRA'*, 2(1). <https://doi.org/10.25217/ji.v2i1.97>
- Ilham Mazis, Siti Aisyah, Rahmat Zidan, Muhammad Faiz Daffa Dalimunthe, & Ruth Malaika Batubara. (2023). Efektivitas penggunaan unsur warna dalam produk desain packaging makanan pada produk bron chips. *Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis*, 1(1).
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & Wibisono T, R. W. (2022). Analisis desain kemasan produk umkm makanan tradisional lempeng berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1). <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Mardiana, Y., & Sumarji, S. (2019). Pengembangan Wirausaha Jamur Tiram sebagai Agribisnis Prospektif di Kampung TKI Desa Tanggulturus Kabupaten Tulungagung. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.628>
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. D. S. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aroma Bakery dan Cake Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Nadimpalli, M. L., Marks, S. J., Montealegre, M. C., Gilman, R. H., Pajuelo, M. J., Saito, M., Tsukayama, P., Njenga, S. M., Kiiru, J., Swarthout, J., Islam, M. A., Julian, T. R., & Pickering, A. J. (2020). Urban informal settlements as hotspots of antimicrobial resistance and the need to curb environmental transmission. In *Nature Microbiology* (Vol. 5, Issue 6). <https://doi.org/10.1038/s41564-020-0722-0>
- Nurhikmah, N., Bulkis, S., Akhsan, A., Busthanul, N., & Rahmadanih, R. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Jahe Instan Kelompok Wanita Tani (Studi Kasus Pada Kelompok Wanita Tani Gunung Nona Desa Rossoan, Kabupaten Enrekang). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.01.13>
- Prihanto, H., & Damayanti, P. (2022). Faktor-Faktor yang berpengaruh pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji dan Umrah. *Journal of Management and Business Review*, 19(1). <https://doi.org/10.34149/jmbr.v19i1.314>
- Sari, M. (2014). Peningkatan keterampilan tata boga materi pembuatan brownis kukus melalui model pembelajaran eksplisit. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 28(1). <https://doi.org/10.21009/pip.281.3>
- Setiyo Adi Nugroho, Daniel Rudjiono, & Febrian Rahmadhika. (2021). Perancangan identitas perusahaan dalam bentukstationery desain di rumah kreasi grafika. *Pixel:Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1).

<https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>

Suhartawan, I. G. (2022). Analisis strategi pengembangan produk agrowisata. *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 3(1). <https://doi.org/10.36417/jpp.v3i1.364>