

DIVERSIFIKASI PRODUK UMKM KUE SOES MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN ROTI DAN KUE UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING

Rossi Indiartho^{1*}, Edy Subroto², Annisa Alia Multazami³, Muhammad Ferdiansyah⁴

^{1,2,3}Departement Teknologi Industri Pangan, Universitas Padjadjaran, Indonesia

⁴Departement Kesejahteraan Sosial, Universitas Padjadjaran, Indonesia

rossi.indiartho@unpad.ac.id¹

ABSTRAK

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pilar ekonomi nasional kerap menghadapi tantangan stagnasi bisnis. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan daya saing UMKM melalui diversifikasi produk berbasis pelatihan roti dan kue. Mitra dalam program ini adalah UMKM Kue Soes AlGhani, usaha mikro yang dikelola oleh seorang pemilik usaha di Desa Cileunyi Wetan, Kabupaten Bandung. Metode PKM mencakup tiga tahap: (1) pra-kegiatan (identifikasi masalah); (2) pelaksanaan (pelatihan pemilihan bahan baku berkualitas, teknik pengolahan modern-higienis, dan diversifikasi produk sesuai tren pasar); dan (3) pasca-kegiatan (evaluasi). Dampak program meliputi peningkatan varian produk dari 2 menjadi 16 jenis, kenaikan omset tiga kali lipat (Rp10-12 juta per bulan), dan peningkatan keterampilan mitra-*hard skills* (teknik produksi) dari 60% menjadi 93% dan *soft skills* (pemecahan masalah, pemasaran) dari 67% menjadi 87%. Kendala utama mencakup ruang produksi terbatas dan fluktuasi kualitas bahan baku. Simpulan PKM menunjukkan bahwa pelatihan praktis efektif mendorong diversifikasi produk dan ketahanan usaha. Rekomendasi mencakup pendampingan lanjutan serta integrasi inovasi produk dan strategi pemasaran untuk keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci: UMKM; Diversifikasi Produk; Pengabdian Kepada Masyarakat; Pelatihan Roti dan Kue; Peningkatan Omset.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), as a national economic pillar, often face challenges of business stagnation. This Community Service Program (PKM) aims to enhance the competitiveness of MSMEs through product diversification based on bread and cake training. The program partner is UMKM Kue Soes AlGhani, a micro-business managed by a single owner in Cileunyi Wetan Village, Bandung Regency. The PKM method consists of three stages: (1) pre-activity (problem identification); (2) implementation (training on selecting quality raw materials, modern-hygienic processing techniques, and product diversification aligned with market trends); and (3) post-activity (evaluation). The outcomes include an increase in product variants from 2 to 16 types, a threefold rise in monthly revenue (IDR 10-12 million per month), and improved partner skills-hard skills (production techniques) from 60% to 93% and soft skills (problem-solving, marketing) from 67% to 87%. Key constraints include limited production space and fluctuations in raw material quality. The PKM findings demonstrate that practical training effectively drives product diversification and business resilience. Recommendations include continued mentoring and the integration of product innovation and marketing strategies for MSME sustainability.*

Keywords: *MSMEs; Product Diversification; Community Service; Bread and Cake Training; Revenue Increase.*



Article History:

Received: 11-03-2025

Revised : 24-03-2025

Accepted: 25-03-2025

Online : 15-04-2025



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini menyumbang lebih dari 60,5% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja (Aprilia et al., 2025). Peran ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Namun, UMKM di industri pangan menghadapi banyak tantangan. Secara internal, keterbatasan keterampilan manajerial dan kurangnya inovasi produk menjadi hambatan utama (Baselm et al., 2024). Selain itu, akses terhadap pelatihan dan sumber daya yang mendukung pengembangan bisnis masih terbatas (Ratnaningtyas et al., 2025).

Secara eksternal, UMKM menghadapi tantangan seperti kesulitan akses pembiayaan dan kebijakan pemerintah yang tidak merata (Hasyim & Bakri, 2024; Manalu et al., 2024; Ratnaningtyas et al., 2025). Persaingan pasar yang ketat dan fluktuasi permintaan juga memperburuk kondisi ini (Susilawati, 2024). Faktor lain seperti ketidakstabilan harga bahan baku dan cuaca yang tidak menentu semakin mempersulit operasional UMKM (Daulay, 2025). Hal ini menuntut UMKM untuk lebih kreatif dan adaptif dalam menghadapi perubahan pasar (Banerjee, 2023).

Soes AlGhani, salah satu UMKM berbasis kue tradisional, dikenal dengan produk unggulannya, yaitu kue soes. Namun, ketergantungan pada satu produk membuat bisnis ini rentan terhadap stagnasi. Tantangan ini diperparah oleh kejenuhan pasar dan perubahan preferensi konsumen. Untuk bertahan dan berkembang, Soes AlGhani perlu meningkatkan loyalitas pelanggan dan melakukan diversifikasi produk. Kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Dharmawati et al., 2022; Sainy, 2024). Sementara itu, diversifikasi produk dapat mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk dan membuka peluang pasar baru (Fajriah et al., 2024; Sundari et al., 2024).

Sayangnya, banyak UMKM menghadapi kendala dalam diversifikasi produk. Keterbatasan pengetahuan teknis, kurangnya kreativitas dalam inovasi, dan minimnya akses pelatihan menjadi hambatan utama (Simanjuntak et al., 2024). Oleh karena itu, pelatihan pembuatan roti dan kue menjadi solusi yang tepat. Melalui pelatihan berbasis praktik, UMKM dapat menguasai teknik baru, mengembangkan produk inovatif, dan meningkatkan strategi pemasaran (Santos & Aquino, 2023).

Bagi Soes AlGhani, pelatihan ini tidak hanya memperkuat kapasitas produksi, tetapi juga membuka peluang untuk menciptakan produk turunan yang sesuai dengan tren pasar. Program ini sejalan dengan upaya pemulihan ekonomi pascapandemi, di mana UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan konsumen yang semakin selektif. Dengan meningkatkan hard skills (keterampilan teknis produksi) dan soft skills (problem solving, pemasaran digital), disertai diversifikasi produk, Soes AlGhani diharapkan dapat meningkatkan daya saing bisnis, memperkuat ketahanan operasional,

dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan melalui perluasan pasar dan penyerapan tenaga kerja.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai tim pendamping yang aktif selama program berlangsung. Tujuan utama kegiatan adalah meningkatkan nilai jual dan daya saing produk di pasaran, serta mendorong pertumbuhan perekonomian UMKM. Profil Mitra yang dibina dalam program ini adalah 1 mitra (pemilik usaha) UMKM Soes AlGhani, sebuah usaha rumahan yang berlokasi di Desa Cileunyi Wetan, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung. UMKM ini bergerak di bidang pangan dengan produk unggulan berupa kue soes. UMKM dikelola oleh seorang pemilik usaha yang produktif dan didukung oleh 2-3 pekerja harian yang direkrut saat permintaan produksi tinggi, seperti pada hari raya atau acara tertentu. Kegiatan PKM ini terdiri dari tiga rangkaian utamayaitu:

1. Tahap Pra-Kegiatan

Tahap pra-kegiatan dilakukan untuk memastikan efektivitas program dan kesesuaian dengan kebutuhan mitra. Kegiatan diawali dengan survei lapangan oleh tim untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi UMKM Soes AlGhani, khususnya di bidang produksi dan pemasaran. Berdasarkan hasil survei, tim bersama mitra merumuskan rencana aksi yang fokus pada peningkatan kualitas bahan baku, pengembangan diversifikasi produk, dan strategi pemasaran.

Selanjutnya, tim mengadakan diskusi dengan mitra dan dosen untuk menyampaikan materi teoritis terkait pengolahan roti dan kue. Untuk memperkuat pemahaman mitra, dihadirkan juga ahli (chef) berpengalaman di bidang roti dan kue. Diskusi ini bertujuan untuk memberikan wawasan praktis dan solusi konkret dalam mengatasi tantangan produksi serta merancang produk turunan yang inovatif.

2. Tahap pelaksanaan kegiatan

Tahap pelaksanaan merupakan realisasi dari rencana yang telah disusun pada tahap pra-kegiatan. Kegiatan ini dilakukan melalui pendampingan intensif oleh dosen dan mahasiswa, yang mengobservasi setiap tahap produksi untuk mengidentifikasi titik kritis perbaikan. Fokus utama kegiatan meliputi tiga aspek:

a. Peningkatan kualitas bahan baku

Mitra dilatih untuk memilih bahan berkualitas tinggi guna meningkatkan konsistensi produk.

b. Pelatihan pengolahan roti dan kue

Mitra diajarkan teknik modern dan higienis dalam pengolahan roti dan kue.

c. Diversifikasi produk

Mitra dibimbing untuk mengembangkan varian produk baru guna memperluas segmen pasar.

Selain itu, mitra juga diberikan pelatihan dasar pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk di platform online. Dengan pendampingan ini, diharapkan UMKM Soes AlGhani dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas portofolio produk, dan memperkuat pemasaran secara digital.

3. Tahap pasca kegiatan

Tahap pasca-kegiatan bertujuan untuk mengevaluasi keberhasilan program dan merancang rencana tindak lanjut. Kegiatan ini terdiri dari dua tahap evaluasi, yaitu evaluasi selama kegiatan berlangsung dan evaluasi setelah seluruh kegiatan selesai. Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses produksi serta wawancara mendalam dengan mitra menggunakan 10 pertanyaan terstruktur untuk menilai kemajuan yang telah dicapai. Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun rekomendasi strategis, seperti penguatan jaringan pemasaran, pendampingan lanjutan, dan pengembangan produk lebih lanjut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra-Kegiatan

Hasil observasi pada tahap pra-kegiatan ini menunjukkan bahwa produk UMKM memiliki potensi besar, namun perlu dilakukan diversifikasi produk dan perbaikan kualitas agar dapat bersaing di pasar. Selain itu, wawancara dengan pemilik UMKM mengungkap tantangan utama, seperti ketidakstabilan kualitas produk, ketergantungan pada satu varian produk, dan rendahnya omset penjualan.

Berdasarkan temuan ini, tim bersama mitra menyusun rencana kegiatan yang fokus pada pengembangan diversifikasi produk melalui pelatihan roti dan kue. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan produksi, mengembangkan varian produk baru, dan memperkuat strategi pemasaran. Sebelum pelatihan dimulai, tim pelaksana, mitra, dan seorang ahli (*chef*) memberikan pengarahan dan materi tentang pengolahan makanan yang baik serta praktik terstandar (**Error! Reference source not found.**). Kegiatan ini juga dilakukan diskusi interaktif untuk membahas solusi konkret dalam mengatasi tantangan produksi dan merancang produk turunan yang inovatif.

2. Tahap Kegiatan

a. Pelatihan Pemilihan Bahan Baku

Peningkatan kualitas bahan baku produk dilakukan dengan memastikan penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi. Bahan baku yang berkualitas baik, seperti telur, tepung terigu, dan margarin,

terbukti meningkatkan rasa, tampilan, dan konsistensi produk. Hal ini sejalan dengan penelitian Sibarani & Alhazami (2022), yang menyatakan bahwa kualitas bahan baku berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk akhir. Untuk menjaga kualitas bahan baku, mitra diajarkan untuk memperhatikan asal bahan, tanggal kedaluwarsa, cara penyimpanan, ketersediaan, dan harga bahan baku (Umboh et al., 2022).

Dalam pembuatan kue soes, bahan baku seperti telur berperan penting dalam menentukan hasil akhir produk. Telur berukuran besar dan segar menghasilkan kue soes yang lebih mengembang dan berongga, sementara telur berukuran kecil dapat menyebabkan hasil akhir kurang optimal. Selain itu, bahan kering seperti tepung terigu dan baking powder harus bebas dari aroma tengik atau kontaminasi untuk memastikan kualitas produk.

Sebelum produksi, mitra dan mahasiswa melakukan pengecekan kualitas bahan baku. Pengecekan meliputi memastikan bahan mentah seperti telur masih segar, bahan kering tidak beraroma tengik atau asam, serta menyimpan bahan sisa dengan benar. Mitra juga diajarkan untuk memilih pemasok yang terpercaya guna menjamin ketersediaan dan kualitas bahan baku secara berkelanjutan.

b. Pelatihan Pengolahan Roti dan Kue

Selain memastikan penggunaan bahan baku berkualitas, peningkatan kualitas produk juga dilakukan melalui pelatihan pengolahan roti dan kue. Pelatihan ini dinilai penting bagi pemilik UMKM untuk menghadapi tantangan global dan dinamika pasar yang terus berubah, seperti standar kualitas internasional, tuntutan inovasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan pelatihan ini bertujuan meningkatkan keterampilan mitra dalam pengolahan roti dan kue, meliputi teknik pengolahan bahan, pengontrolan suhu pemanggangan, dan dekorasi produk agar lebih menarik. Dengan pelatihan ini, diharapkan produk yang dihasilkan memiliki kualitas lebih baik, rasa yang enak, tampilan menarik, dan konsistensi yang tinggi.

Pelatihan dilaksanakan di Laboratorium *Teaching Industry*, Teknologi Pangan, FTIP, Universitas Padjadjaran, diikuti oleh mitra, mahasiswa Unpad, dan seorang *chef* ahli. Materi pelatihan mencakup pembuatan roti manis, *baguette*, *checkerboard cookies*, dan *coffee bun*. Mitra sangat antusias mengikuti pelatihan, dan hasilnya mulai diaplikasikan pada UMKM masing-masing, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Roti dan Kue di FTIP Unpad

Pada UMKM Soes AlGhani, pelatihan ini menghasilkan penambahan varian roti manis, penerapan sanitasi yang lebih baik, dan perbaikan formulasi produk. Pemilik UMKM mengaku mendapatkan banyak ilmu baru, terutama di bidang roti, dan merasa sangat terbantu dengan kegiatan pelatihan ini.

c. Inovasi dan Diversifikasi Produk

Setelah pelatihan pembuatan roti dan kue, pemilik UMKM memperoleh *keterampilan* baru yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Percobaan Produksi Roti Manis

Dengan keterampilan ini, mitra dituntut untuk terus berinovasi menciptakan produk baru atau melakukan diversifikasi produk. Inovasi produk tidak hanya menyesuaikan keinginan konsumen, tetapi juga menciptakan produk yang unggul di pasaran. Sedangkan diversifikasi dilakukan berdasarkan tren makanan di pasaran, dan hasil pelatihan roti dan kue yang telah diikuti.

Beberapa produk hasil diversifikasi di UMKM Soes AlGhani meliputi roti manis, soes ragout, soes eclairs, soes gulung, soes gulung ragout, dan siomay. Pembuatan roti manis melalui beberapa kali perubahan formulasi hingga menemukan gramasi dan rasa yang tepat. Inovasi varian soes dilakukan dengan variasi isian dan bentuk, seperti soes ragout dan soes gulung. Selain itu, dilakukan diversifikasi ukuran kemasan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan

porsi kecil, seperti banana cheese cake dalam kemasan box ukuran 23x10x4 cm.

3. Monitoring dan Evaluasi

Tim pengabdian melakukan observasi langsung untuk memastikan mitra UMKM memahami dan mengaplikasikan materi pelatihan dengan baik. Selain itu, dilakukan diskusi rutin untuk membahas permasalahan terkait proses produksi dan diversifikasi produk. Selama kegiatan berlangsung, tim pengabdian terus memberikan pendampingan dengan memberikan masukan dan arahan terkait pengoperasian usaha. Tim juga memantau perkembangan setiap proses untuk memastikan kegiatan mencapai tujuan yang diinginkan.

Evaluasi hasil kegiatan yang dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada UMKM Soes AlGhani pasca kegiatan pengabdian. Dari segi diversifikasi produk, UMKM yang sebelumnya hanya memiliki dua varian kue soes kini berhasil mengembangkan 16 varian baru, memperkaya portofolio produk dan meningkatkan daya saing di pasar. Selain itu, omset UMKM mengalami peningkatan hingga tiga kali lipat, dengan puncak tertinggi pada bulan November dan Desember, yang disebabkan oleh peningkatan kualitas produk dan perluasan pangsa pasar. Dari aspek keterampilan, terjadi peningkatan soft skills mitra dari 67% menjadi 87%, ditandai dengan pemahaman yang lebih baik mengenai bahan baku, teknik diversifikasi, dan pemasaran produk. Sementara itu, peningkatan hard skills tercatat dari 60% menjadi 93%, yang mencakup kemampuan dalam pengolahan roti dan kue, kemampuan menciptakan inovasi baru, serta meningkatnya motivasi mitra dalam menerapkan keterampilan baru dalam usaha mereka.

Tabel 1. Peningkatan Diversifikasi Produk dan Omset pada UMKM Sebelum dan Sesudah Kegiatan PKM

Periode	Jumlah	Keterangan
Jumlah varian produk		
Sebelum PKM	2 varian	Soes kering, soes basah
Sesudah PKM	16 varian	Soes kering, soes basah, <i>soes craquelin</i> , <i>banana milk crispy</i> , <i>banana cheesecake</i> , <i>pastry</i> , bolen, <i>floss roll</i> , bolu, bacitul, soes gulung, soes gulung ragout, <i>soes eclairs</i> , soes ragout, roti manis, dan siomay
Rata-rata omset per bulan		
Sebelum PKM	3-4 juta	Omset stabil dengan penjualan terbatas pada produk soes kering dan soes basah
Sesudah PKM	10-12 juta	Omset meningkat 3x lipat, terutama pada bulan November dan Desember

Monitoring pasca kegiatan selama tiga bulan terakhir menunjukkan hasil yang sangat signifikan. Menurut pemilik UMKM Soes AlGhani, pengetahuan mengenai pengolahan roti dan kue meningkat pesat setelah kegiatan PKM, dan mitra berhasil melakukan diversifikasi produk dengan menciptakan 16 menu baru. Selain itu, omset UMKM meningkat hingga 3 kali lipat dibandingkan sebelumnya. Peningkatan ini disebabkan oleh meluasnya pangsa pasar, peningkatan kualitas produk, dan kemampuan UMKM memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan dukungan dan pelatihan yang tepat, UMKM dapat berkembang pesat, meningkatkan daya saing produk, dan bertahan di pasar.

4. Kendala yang Dihadapi

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh mitra UMKM Soes AlGhani. Pertama, keterbatasan ruang produksi menjadi hambatan utama, di mana lokasi produksi yang sempit dan kurang kondusif mengurangi efisiensi kerja. Untuk mengatasi hal ini, tim pelaksana merekomendasikan agar mitra melakukan penataan ulang tata ruang produksi guna meningkatkan kelancaran proses kerja. Kedua, kualitas bahan baku yang belum konsisten, seperti telur yang sering kali bervariasi meskipun berasal dari pemasok yang sama, menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga kualitas produk. Oleh karena itu, tim pengabdian menyarankan agar mitra lebih ketat dalam melakukan seleksi dan pengawasan terhadap bahan baku sebelum digunakan dalam proses produksi.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM di UMKM Soes AlGhani berhasil meningkatkan nilai jual, daya saing, dan omset mitra secara signifikan. Selama 3 bulan pelaksanaan program, diversifikasi produk berhasil menambah varian dari 2 menjadi 16 jenis (8x lipat), disertai kenaikan omset 3x lipat (Rp10-12 juta/bulan). Peningkatan ini didukung oleh peningkatan kapasitas mitra, di mana *Hard Skills* meningkat dari 60% menjadi 93%, sementara *Soft Skills* meningkat dari 67% menjadi 87%. Meski demikian, tantangan seperti keterbatasan ruang produksi dan fluktuasi kualitas bahan baku masih perlu diatasi. Untuk keberlanjutan, direkomendasikan pendampingan lanjutan terkait pengembangan produk berbasis tren pasar dan komoditas lokal, serta replikasi program PKM dengan pendekatan serupa pada UMKM lain. Hasil ini menegaskan bahwa pendampingan berbasis pelatihan praktis efektif mendorong transformasi bisnis UMKM, baik secara operasional maupun ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, serta Universitas Padjadjaran yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini melalui skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat [4048/UN6.3.1/PM.04/2024].

DAFTAR RUJUKAN

- Aprilia, N., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Supporting the People's Economy in Indonesia. *International Journal of Research and Scientific Innovation, XI(XII)*, 368–376. <https://doi.org/10.51244/IJRSI.2024.11120036>
- Banerjee, D. B. (2023). Challenges and Opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises: Navigating the Business Landscape. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research, 05(05)*, 13–17. <https://doi.org/10.37547/tajir/volume05issue05-04>
- Baselm, R., Al-Shammari, A.-J., Sufiani, E., Sadek, W., & Abdul Hamid, A.-F. (2024). Challenges and success factors for small and medium enterprises in the food sector in the Riyadh region. *International Journal of Financial, Administrative, and Economic Sciences, 3(4)*, 272–330. <https://doi.org/10.59992/ijfaes.2024.v3n4p8>
- Daulay, S. M. (2025). Potret UMKM Desa Pantai Labu: Analisis Tantangan, Strategi, Dan Kontribusi Ekonomi Lokal. *Smart GOALS Jurnal Bisnis Digital Dan Manajemen, 1(2)*, 61–80. <https://doi.org/10.36490/sg.v1i2.1563>
- Dharmawati, D., Cahyono, Y., Soesanto, D. R., & Suryani, P. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Lensa, 16(1)*, 9–18. <https://doi.org/10.58872/lensa.v16i1.29>
- Fajriah, A. N., Murni, M., & Khalil, M. (2024). Optimizing the traditional cake business of Adee Kak Na: Enhancing product shelf life and digital-based business management. *Community Empowerment, 9(11)*, 1683–1691. <https://doi.org/10.31603/ce.12530>
- Hasyim, H., & Bakri, M. (2024). Challenges and Strategies for Small Business Survival. *The Journal of Business and Management Research, 6(2)*, 80–90. <https://doi.org/10.55098/tjbmr.v6i2.660>
- Manalu, H., Sudarmiatin, S., & Wardana, L. W. (2024). Fluctuations In The Dynamics Of Opportunities And Challenges For Micro, Small And Medium Enterprises In Indonesia. *Nusantara Economics and Entrepreneurships Journals, 2(3)*, 580–593. <https://doi.org/10.59971/necent.v2i3.57>
- Ratnaningtyas, H., Wicaksono, H., & Irfal, I. (2025). Barriers and Opportunities for MSME Development in Indonesia: Internal and External Perspectives. *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science, 3(01)*, 163–170. <https://doi.org/10.59653/ijmars.v3i01.1337>
- Sainy, D. M. (2024). Examining the Impact of Product Quality on Customer Satisfaction, Loyalty, and Repeat Purchase Behavior. *International Scientific Journal of Engineering and Management, 03(05)*, 1–9. <https://doi.org/10.55041/isjem01760>
- Santos, C. M., & Aquino, J. M. (2023). The Level Of Effectiveness Of Bread And Pastry Production Training Program And Graduates Employability In The Province Of Laguna. *Sustainability in Food and Agriculture, 4(1)*, 46–51. <https://doi.org/10.26480/sfna.01.2023.46.51>

- Sibarani, H., & Alhazami, L. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada Perusahaan Pt. Xyz. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2), 094–113. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v1i2.372>
- Simanjuntak, G. Y., Ginting, M. C., Sagala, F., Sagala, L., Elisabeth, D. M., Silitonga, I. M., Nadapdap, K. M. N., Goh, T. S., Simanjuntak, F. M. P., & Sembiring, Y. N. (2024). Strategy for Improving Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Through Innovation in Medan, North Sumatra. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(7), 377–384. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i7.10501>
- Sundari, E., Dianto, I., Hamsal, H., & Hanafi, I. (2024). Effect of Product Diversification on Purchasing Decisions at Mandau Bakery Kota Duri Store. *Journal of Multidisciplinary Academic and Practice Studies*, 2(4), 463–474. <https://doi.org/10.35912/jomaps.v2i4.2525>
- Susilawati, M. (2024). Entrepreneurial Resilience: Strategies for MSMEs to Navigate Uncertainties and Challenges in Contemporary Markets. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1687–1695. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.661>
- Umboh, I. W., Mananeke, L., & Palandeng, I. (2022). Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi Dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk Pada Pt Cavron Global Lembean. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 407. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40233>