
PPM OPTIMALISASI PRODUKSI DAN MANAJEMEN "SOES CRUNCHY AZKIA" DI SURABAYA

Rena Febrita Sarie¹, Achmad Zaki Fadhil², Erwan Aristyanto³

¹Universitas Wijaya Putra

²Universitas Wijaya Putra

³Universitas Wijaya Putra

Email: renafebritasarie@uwp.ac.id , achmadzakki@uwp.ac.id , erwanaristyanto@uwp.ac.id

Abstrak

Mitra PPM ini adalah ibu Nur Afida, pemilik usaha camilan Soes Crunchy Azkia yang beralamat di Jl. Gading Indah Utara gg IO no 5, Kecamatan Bulak Kenjeran Surabaya. Usaha kue kering ini didirikan sejak tahun 2020. Seiring dengan tingginya minat beli konsumen terhadap camilan soes kering, permintaan produk semakin meningkat. Namun demikian dengan keterbatasan alat produksi dan pemahaman manajemen yang masih sederhana maka peningkatan kapasitas dan kualitas produksi masih belum optimal. Kegiatan Pemberdayaan Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran untuk memiliki inisiatif, kreatif, dan inovasi dalam mengelola usaha, guna mewujudkan ekonomi yang kuat berprestasi, mandiri dan sukses. Permasalahan dari PPM ini adalah 1) Peningkatan Kuantitas Produk, 2) Belum ada diversifikasi produk, 3) Belum ada pembrandingan, Bidang Pemasaran: 4) Segmen pasar yang terbatas pada pemesanan 5) Belum adanya promosi, Bidang Manajemen: 6) Mitra masih minim pengetahuan tentang modal kerja dan perhitungan laba rugi, 7) Tenaga kerja yang keluar masuk. Metode Pelaksanaan PPM adalah : Sosialisasi, Pelatihan, Penerapan teknologi, Pendampingan dan evaluasi, Keberlanjutan program Luaran yang ditargetkan 1) laporan kemajuan dan laporan akhir, 2) video kegiatan, 3) poster kegiatan PPM tersertifikasi Hak Cipta, 4) Konferensi Nasional ke-11 PKM-CSR tahun 2025.

Kata kunci: Soes-Crunchy; Pelatihan; Pemberdayaan; Pemasaran; Wirausaha

PENDAHULUAN

Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM) ini dengan tema bidang *managing innovation and creative industry*. Topik PPM sesuai dengan manajemen UMKM dan industri kreatif. PPM akan dilaksanakan pada mitra usaha yang “Soes Crunchy Azkia” yang berlokasi di Jl. Gading Indah Utara gg IO no 5, Kecamatan Bulak Kenjeran Surabaya. Camilan adalah makanan ringan yang sangat disukai oleh semua kalangan di Indonesia.

Masyarakat terbiasa mengkonsumsi camilan di waktu-waktu senggang mereka. Salah satu camilan yaitu Sus Kering. Sus Kering adalah kue kering berbentuk bulat yang terbuat dari bahan utama tepung terigu, mentega, telur, tepung tapioka, garam. Sus atau dalam istilahnya disebut choux pastry merupakan adonan pastry yang diproses dengan perebusan adonan. Adonan yang dihasilkan berupa adonan lembut dan mengembang. Pastry ini menghasilkan rongga pada adonan saat dipanggang. Adonan sus berasal dari campuran air, lemak,

tepung terigu, dan telur yang harus dimasak terlebih dahulu. Kandungan air yang cukup banyak menghasilkan uap panas pada saat pemanggangan sehingga menggelembungkan adonan. Olahan dari adonan ini ada yang memiliki rasa manis, dan ada pula yang memiliki rasa gurih. Teksturnya bisa lembut atau renyah, tergantung cara mengolahnya. (Imra et al., 2024) Bahan baku sus kering yang biasa digunakan yaitu tepung terigu. Memilih terigu menjadi alternatif pangan pokok bukan pilihan yang dapat menyelesaikan masalah, tetapi terbukti menimbulkan masalah baru. (Suhaila & Handajani, 2019) Saat ini industri yang berbahan baku tepung terigu, baik industri besar maupun industri kecil, serta konsumen rumah tangga yang sudah tergantung terigu makin menjerit, karena harga terigu yang melambung. Tujuan Kegiatan PPM ini adalah membantu mitra untuk: 1) Meningkatkan kapasitas dan kualitas produksinya, 2) Meningkatkan konsistensi produknya, 3) Mengembangkan strategi pemasaran dan market share yang lebih luas, 3) Meningkatkan pengetahuan mitra tentang permodalan dan laporan rugi-laba. Ketiga tujuan tersebut merupakan bentuk transformasi pendidikan tinggi dengan ketercapaian IKU-2 (mahasiswa mendapatkan pengalaman di luar kampus), IKU-3 (dosen berkegiatan di luar kampus) dan IKU-5 (hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat). Luaran yang ditargetkan adalah: Peningkatan kualitas proses produksi sebesar 35%, Peningkatan kapasitas produksi sebesar 30%, Adanya diversifikasi produk dengan varian isi rasa stroberry dan vanilla. Untuk rasa original dapat dipakai sebagai lauk anak2. Target luaran sebesar 20%, Peningkatan kualitas soes crunchy agar tetap renyah sebesar 25%, Branding “Soes Crunchy Azkia” sudah dikenal oleh konsumen sebesar 20%, Peningkatan kapasitas produksi dengan tambahan oven produksi sebesar 30%, . Peningkatan segmen pasar tercapai sekitar 20% untuk tahun 2025, Peningkatan promosi melalui media sosial. Media sosial yang dipakai adalah google business dan Instagram target 30% kenaikannya. Peningkatan keahlian dalam menghitung laba/rugi. Mitra diharapkan paham menulis jurnal dan membuat laporan keuangan sederhana sebesar 80%, Adanya bantuan modal dari Lembaga keuangan. Bantuan modal diharapkan didapat dari perbankan sebesar

20%, Adanya penambahan jumlah tenaga kerja. Penambahan jumlah tenaga kerja yang diharapkan adalah 2 orang. 1 orang membantu untuk distribusi, 1 orang untuk produksi.



Gambar 1: Profil Mitra



Gambar 2: Proses Produksi Mitra

Tujuan kegiatan PPM terkait MBKM secara umum yaitu: 1) Meningkatkan kompetensi lulusan baik soft skill maupun hard skill. 2) Agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman. 3) Menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan berkepribadian.

Tujuan PPM terkait MBKM bagi mahasiswa: 1) Kegiatan dapat dikonversi menjadi SKS, 2) Perluasan jaringan hingga keluar program studi dan universitas. 3) Eksplorasi pengetahuan dan kemampuan di lapangan selama lebih dari satu semester, 4) Menimba ilmu secara langsung dari mitra yang berkualitas dan terkemuka.

Tujuan PPM terkait MBKM bagi dosen: 1) Memfasilitasi mahasiswa menjalankan kegiatan belajar, 2) Memberi motivasi kepada mahasiswa, 3) Melaksanakan penelitian dan pengabdian

dengan melibatkan mahasiswa, 4) Memberi bimbingan pada kegiatan pembelajaran mahasiswa.

Tabel 1 Penjualan “Soes Crunchy Azkia” Mitra PPM Tahun 2025 (Sebelum Pembinaan)

Nama UKM	Beban Pokok Produksi (Rp)/Bulan	Hasil Penjualan @Rp.13.000/pack (Rp)	Keuntungan PerBulan (Rp)	Hasil Produksi
Ibu Nur Afida	Tepung Segitiga Biru, Margarine, Telur, Baking Pouder, Gula, Garam, Keju Cheddar Plastik Bungkus, Gas, Coklat, Lain2	1.300.000	650.000	100 pack
Jumlah	650.000	1.300.000	650.000	100 pack

METODE

Langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu (Sarie et al., 2023) 1) Tahap Sosialisasi yaitu Identifikasi Masalah dengan mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, Pembentukan Tim yang Disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra, Pengkoordinasian untuk melaksanakan program dengan menetapkan job description untuk Tim dan mitra, Pembelian dan pembuatan materi kegiatan.

2) Tahap Pelatihan a) memberikan pelatihan kepada mitra bagaimana membuat produk yang baik dan higienis dalam segi tempat produksi, packaging dan promosi di media sosial. b) Membantu mencari segmen pasar yang lebih luas dengan masuk ke

pasar-pasar tradisional, kantin-kantin koperasi dan perkantoran. c).Memberikan pelatihan administrasi dan system keuangan (pembukuan) pelaporan keuangannya. d). Menyiapkan kebutuhan mitra untuk pemasaran di media sosial. yaitu membuat Instagram & aplikasi google business. e). Penambahan tenaga kerja pemasaran/penjualan atau pengiriman barang. 3) Tahap Penerapan Teknologi: Uji Mesin dan Pelatihan penggunaan TTG oven, mixer, pengepres plastik untuk proses produksi Soes Crunchy Azkia. 4) Tahap Pendampingan dan Evaluasi. Melakukan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan usaha mitra UKM setelah kegiatan PPM selesai. Kegiatan ini diharapkan dapat berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Evaluasi program dilakukan setiap bulan pada minggu ke empat selama pelaksanaan kegiatan PPM yang dilakukan oleh mitra. Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program dan selanjutnya dilakukan publikasi. 5) Tahap Keberlanjutan Program; Monitoring dan evaluasi mitra tentang kualitas produk yang dihasilkan mitra apakah telah sesuai dengan standar yang telah dibuat oleh Tim PPM, pemasaran ke perkantoran, pemasaran di pasar tradisional, bazar makanan, Penguatan pembranding terutama untuk merk sendiri ataupun merk reseller, penerapan perhitungan laba/rugi secara mendetail, penerapan laporan keuangan, promosi di media sosial. Diversifikasi produk soes crunchy menjadi churros sebagai nilai tambah produksi “Soes Crunchy Azkia” diharapkan berhasil sebagai program keberlanjutan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Solusi dan Target Luaran

Solusi dari permasalahan yang ada pada mitra antara lain: 1) Pelatihan dan pendampingan mengelola lay out produksi dan proses produksi untuk lebih higienis. 2) Memberikan bantuan TTG berupa satu mixer untuk proses produksi. 3) Menambahkan varian rasa lain yaitu rasa stroberry dan vanila 4) Bantuan TTG satu pengepres plastik kemasan agar soes crunchy tidak melempem. 5) *Pembranding* premium ataupun pemberian *Branding* untuk Soes crunchy berdasarkan permintaan konsumen untuk *resale*. 6) Perlunya TTG satu oven yang lebih besar untuk meningkatkan kapasitas produksi. 7) Mencari segmen pasar yang lebih luas tidak hanya melayani pemesanan tetangga tetapi dapat menitipkan dagangan di pasar tradisional dan dapat bisa ditawarkan di kantin- kantin kantor dan sekolah, bazar makanan dan toko kue. 8) Melakukan pelatihan dan Meningkatkan penjualan dengan berpromosi melalui media sosial dan platform digital. 9) Pendampingan untuk perhitungan laba/rugi secara manual. Pelatihan dan monitoring perhitungan akuntansi sederhana dilakukan 3 kali selama 2 bulan. 10) Mendapatkan bantuan modal kerja dari Lembaga keuangan. 11) Memberikan pendampingan dalam perekrutan tenaga kerja Estimasi kunjungan ke mitra sebanyak 12 kali

Luaran yang ditargetkan adalah adanya: 1) Peningkatan kualitas proses produksi sebesar 35%. 2) Peningkatan kapasitas produksi sebesar 30%. 3) Adanya diversifikasi produk dengan varian isi rasa stroberry dan vanila. Untuk rasa original dapat dipakai sebagai lauk anak2. Target luaran sebesar 20%. 4) Peningkatan kualitas soes crunchy agar tetap renyah menjadi 25%. 5) Branding “Soes Crunchy Azkia” sudah dikenal oleh konsumen. Tim Pengabdian UWP membuat logo branding bagi mitra Diharapkan setelah ada branding produk Soes Crunchy Azkia dikenal konsumen ada kenaikan 20%. 6) Peningkatan kapasitas produksi dengan tambahan oven produksi sebesar 30%. 7) Peningkatan segmen pasar. Segmen Pasar yang diperluas adalah Pasar tradisional, toko-toko kelontong, kantin- kantin sekolah, kantin perkantoran & kantin rumah sakit. Peningkatan segmen pasar tercapai sekitar 20% untuk tahun 2025. 8) Peningkatan promosi melalui media sosial.

No	Nama UKM	Beban Pokok Produksi (Rp)/Bulan	Hasil Penjualan (Rp. 15.000) pack (Rp)	Keuntungan Per Bulan (Rp)	Hasil Produksi
1	Soes Crunchy Azkia	Tepung Segitiga Biru, Margarine, Telur, Baking Powder, Gula, Garam, Keju Cheddar, Plastik Bungkus, Gas, Coklat, Lain2	2.000.000	1.235.000	160 pack
	Jumlah	\$45.000	2.000.000	1.235.000	160 pack

Media sosial yang dipakai adalah google business dan Instagram naik 30% 9) Peningkatan keahlian dalam menghitung laba/rugi. Mitra diharapkan paham menulis jurnal dan membuat laporan keuangan sederhana sebesar 80%. 10) Adanya bantuan modal dari Lembaga keuangan. Bantuan modal diharapkan didapat dari perbankan sebesar 20%. 11) Adanya penambahan jumlah tenaga kerja. Penambahan jumlah tenaga kerja yang diharapkan adalah 2 orang. 1 orang membantu untuk distribusi, 1 orang untuk produksi

2. Pembahasan

Hasil Kegiatan PPM Soes Crunchy Azkia :

1. Adanya peningkatan penjualan dengan besarnya rata-rata 30% perminggu, yang dulunya produksi perminggu hanya 25 pack untuk kemasan 100 gram kini sudah meningkat menjadi 40 pack per minggu. (Dewi & Marvellyn, 2020)
2. Produksi masih belum bisa dilakukan setiap hari karena keterbatasan tenaga kerja saat ini mengingat mitra adalah ibu rumah tangga biasa sehingga perlu motivasi dari Tim Pengabdian untuk menumbuhkan jiwa wirausaha mitra sehingga mau untuk produksi setiap hari.
3. Peningkatan promosi melalui media sosial. Media sosial yang dipakai adalah google business dan Instagram masih mengalami kenaikan sebesar 10 %, dan belum mempunyai banyak follower yang signifikan karena mitra masih belum mampu untuk menggunakan media Instagram dalam berpromosi, (Adina

Dwijayanti, 2021) Mitra masih lebih menggunakan promosi tradisional yaitu “gethok tular atau words of mouth”.

4. Saat ini mitra juga telah mampu untuk membuat jurnal dan laporan keuangan sederhana mengenai biaya bahan baku dan penjualan. Sebelumnya mitra tidak bisa menghitung dan mengelola modal usahanya disebabkan mitra menjual produknya karena sebatas hobi sehingga seringkali biaya tenaga kerja tidak diperhitungkan dalam biaya.
5. Mitra sudah mulai melakukan penjualan di bazar-bazar terutama di bulan Agustus yang mana banyak digelar bazar-bazar makanan dalam rangka peringatan hari kemerdekaan RI yang ke 80.(Gede et al., 2020)
6. Mitra sudah didaftarkan untuk memperoleh sertifikasi halal. (Allifah AF et al., 2023)
7. Saat ini Mitra menjadi lebih higienis terhadap proses produksi dan kebersihan dapur serta tempat usaha, mengingat tempat usaha dan rumah yang menjadi satu maka seringkali Tim PPM menemukan proses produksi yang tidak higienis. Setelah Tim PPM memberikan bantuan peralatan maka kegiatan proses produksi menjadi lebih rapi dan bersih. (Fajriansyah, 2017)
8. Selanjutnya masalah packaging sudah terlihat rapi dan baik. Dulunya sebelum pembinaan penjualan soes crunchy , dikemas dalam toples yang mahal, sehingga harga jual menjadi mahal. Setelah mendapatkan pembinaan dari Tim UWP packaging soes crunchy disesuaikan dengan pasar yang dituju.(Ermawati, 2019). Untuk packaging di pasar tradisional menggunakan plastik klip dengan ukuran 100 gram sedangkan untuk pangsa pasar kantin-kantin kantor dan sekolah menggunakan klip plastik ukuran 50 gram dan 25 gram.
9. Sebelum ada pembinaan dari Tim PPM mitra tidak menggunakan merk untuk produknya. Namun saat ini mitra sudah membuat merk bahkan menawarkan merk premium bagi reseller yang ingin menjual produk soes crunchy.(Imelda & Simina, 2023).
10. Sebelum ada pembinaan mitra hanya punya dua varian produk yaitu rasa original dan coklat. Tapi

setelah ada pembinaan mitra menambahkan rasa strawberry dan selai kacang.(Rokhmah et al., 2025)

Saat ini Tim PPM melihat mitra masih belum mempergunakan teknologi yang modern dan masih menggunakan alat-alat produksi yang tradisional. Penggunaan alat-alat yang lebih baik dari segi tekhnologi dapat meningkatkan kinerja proses produksi mitra.

Adapun keunggulan dari program PPM ini mitra yang dulunya sebagai ibu rumah tangga biasa yang berpenghasilan hanya dari gaji suami saja kini sudah mulai menjadi pengusaha UMKM dan mempunyai kemampuan untuk menambah pendapatan tambahan dari hasil penjualan soes crunchy. Sedangkan kekurangannya, dibutuhkan monitoring yang terus-menerus mengingat mitra terkadang tidak konsisten dalam berproduksi karena kesibukannya sebagai ibu rumah tangga.



Gambar 3: Penjualan Soes Crunchy Azkia di toko sembako



Gambar 4: Pemberian bantuan TTG oven listrik pada mitra agar kapasitas produksi menjadi lebih optimal



Gambar 5 : Penjualan soes crunchy Azkia di kantin perkantoran



Gambar 6: Tim Pengabdian melakukan pendampingan mitra dalam pengelolaan produksi Soes Crunchy Azkia agar lebih baik.



Gambar 7: Instagram Soes Crunchy Azkia.



Gambar 8 : Tim Pengabdian memberikan pendampingan pembuatan laporan Keuangan sederhana.



Gambar 9: Tim Pengabdian membantu mitra pengurusan sertifikasi Label Halal

KESIMPULAN

Kegiatan Program pemberdayaan Masyarakat ini dilakukan dalam rangka untuk memberikan pendampingan dan memberikan pelatihan kepada mitra yaitu Ibu Nur Afida di Jl. Gading Indah Utara gg 10 No: 5 Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya yang letaknya sekitar 23,3 kilometer dari Universitas Wijaya Putra. Potensi yang dimiliki oleh mitra ini sangat baik karena setelah dilakukan pendampingan mitra mampu menambah pendapatan keluarga. Setelah melalui proses pendampingan maka Soes Crunchy bisa mendapatkan laba Rp. 1.235.000 per bulan. Dulunya sebelum mendapatkan pendampingan mitra hanya mampu mendapatkan laba Rp.650.000 perbulan, Perkembangan selanjutnya saat ini mitra sudah bisa melakukan pembukuan dan mengatur keuangan laba rugi untuk usahanya. Pembrandingan juga sudah dilakukan dan mitra saat ini mempunyai 3 reseller dengan merk yang berbeda sesuai dengan pesanan.

Pemasaran yang dulunya dilakukan berdasarkan pesanan, kini sudah melayani penjualan di pasar tradisional, kantin perkantoran dan kantin sekolah. Penjualan soes crunchy juga sudah mulai dilakukan online. Mitra juga saat ini sudah memahami service quality layanan kepada pelanggan dengan baik, yang sebelumnya sering melakukan keterlambatan pengiriman kini sudah memberikan layanan yang baik. Kedepannya proses produksi soes crunchy masih bisa ditambahkan bahan atau nutrisi lain untuk produk baru yang bisa menghasilkan nilai ekonomis yaitu soes crunchy dengan isian yang menyehatkan yaitu selai nanas atau stroberry. Dengan demikian kegiatan PPM ini akan sangat membantu

perkembangan UKM skala mikro dan mampu sebagai pendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional.

Mitra untuk saat ini sudah mulai memahami strategi apa saja yang perlu dilakukan untuk mempertahankan eksistensi produknya di segmen pasar yang saat ini sudah dicapai, Untuk itu diperlukan konsistensi dalam mempertahankan kualitas produk, memaintenance pasar sasaran dan memberikan layanan yang terbaik untuk pelanggan.

Pengawasan dan evaluasi secara terus menerus juga perlu dilakukan untuk tetap menjaga produk “Soes Crunchy Azkia” untuk tetap bisa laku di pasar sasaran.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih atas semua kontribusinya dan kerjasamanya kepada mitra yaitu Ibu Nur Afida yang telah memberikan kesempatan kepada Tim PPM untuk bisa berkontribusi dalam mengimplementasikan ilmunya secara langsung dalam bisnis usaha Soes Crunchy Azkia. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Wijaya Putra Surabaya yang telah menerima pengabdian masyarakat ini melalui hibah ABMAS Internal UWP

REFERENSI

- Adina Dwijayanti, P. P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>
- Allifah AF, A. N., Mutmainnah, H., & Natsir, N. A. (2023). Sosialisasi Pentingnya Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Di Kota Ambon. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 832–838. <https://doi.org/10.46576/tjpkm.v4i2.2170>
- Dewi, L., & Marvellyn, Q. (2020). Adakah Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Soes

Legends? *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 12(2), 76–89. <https://doi.org/10.37477/bip.v12i2.94>

- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Fajriansyah, F. (2017). Perilaku Hygienitasi Pengelolaan dan Pembuatan Kue Home Industri Rumahan di Desa Lampanah Kecamatan Seulimeum. *AcTion: Aceh Nutrition Journal*, 2(1), 13. <https://doi.org/10.30867/action.v2i1.31>
- Gede, I., Putra, C., Gde Wiryawan, W., Komang, N., Putri, A. A., Ekonomi, F., Universitas, B., & Denpasar, M. (2020). Upaya Meningkatkan Penjualan Ukm Kue Kering Melalui Media Sosial Sebagai Media Promosi Di Desa Menanga, Karangasem. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Unmas Denpasar*.
- Imelda, E., & Simina, J. (2023). Peningkatan Masa Simpan Produk Sambal Si Uda Dengan Peralihan Metode Pengemasan Produk. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 6(5), 220–225.
- Imra, I., GUSRIANI, G., AKHMADI, M., & CAHYANI, R. T. (2024). Sus Kering Yang Diperkaya Kalsium Tepung Tulang Ikan Bandeng dan Serat Bubur Rumput Laut Euchuema cottonii. *Jurnal Perikanan Dan Kelautan*, 13(2), 169. <https://doi.org/10.33512/jpk.v13i2.20060>
- Rokhmah, A. F., Rokhmah, A. F., Sholikhah, A., Afdillah, N. A., Haliza, S. A., Hayati, N., Mayrena, W. A., Nahdlatul, U., & Sidoarjo, U. (2025). *INOVASI PACKAGING DAN VARIAN RASA TERHADAP KUE SUS DI*. 3(2).
- Sarie, R. F., Hariyanto, K., & Putra, A. P. (2023). PKM Economic Recovery in MSMEs Coffe Shop Neira Green Economy Perspective. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 902–910. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5>

614

Suhaila, & Handajani, S. (2019). Pengaruh Substitusi Tepung Sukun (*Artocarpus Altilis* sp.) dan

Proporsi jenis Lemak terhadap Hasil Jadi Sus Kering. *E-Journal Tata Boga*, 8(3), 482–489.