

Manajemen *Catering* yang Efektif guna Meningkatkan Produktivitas

Mitra Mila Ambarwati¹, Tri Ayu Nurkhasanah², Ucik Putri Meilani³, Latifatul Qolbi⁴, Azzara Al-Dillah⁵, Windah Sari⁶, Dhea Safina Imama⁷, Sabila Putri Adilia⁸, Oktaria Ardika Putri⁹

Universitas Syekh Wasil Kediri

mitrala0503@gmail.com¹, aizrail62@gmail.com², ucikputrilani29@gmail.com³, latifatulqolbi1254@gmail.com⁴, azzaraaldillah@gmail.com⁵, windahsari801@gmail.com⁶, dhea.businessinc@gmail.com⁷, sabilaaadilia05@gmail.com⁸, oktariaardika@iainkediri.ac.id⁹

Article Info

Volume 3 Issue 2

June 2025

DOI :

10.30762/welfare.v3i2.1669

Article History

Submission: 08-06-2025

Revised: 18-06-2025

Accepted: 23-06-2025

Published: 28-06-2025

Keywords:

Business management, SMEs, Catering, Digital marketing, Community empowerment

Kata Kunci:

Manajemen usaha, UMKM, Katering, Pemasaran digital, Pemberdayaan masyarakat



Copyright © 2025 Mitra Mila Ambarwati, Tri Ayu Nurkhasanah, Ucik Putri Meilani, Latifatul Qolbi, Azzara Al-Dillah, Windah Sari, Dhea Safina Imama, Sabila Putri Adilia, Oktaria Ardika Putri

Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

The research was motivated by several challenges faced by Kenz Catering in the form of lack of use of digital marketing media, lack of coordination and communication, consumer demands who want high quality products at affordable prices, and the many competitors who are more innovative. The aim of this research is to implement effective catering management to increase productivity at Kenz Catering. The method used in this research is Participatory Action Research (PAR) using observation, interviews and acting in the field. Carrying out activities in the form of an internship for several days and looking for solutions to the problems faced by Kenz Catering. To optimize marketing management, Kenz Catering is trying to increase promotions through digital media.

Abstrak

Penelitian dilatarbelakangi oleh beberapa tantangan yang dihadapi Kenz Catering berupa kurangnya penggunaan media pemasaran digital, kurangnya koordinasi dan komunikasi, tuntutan konsumen yang menginginkan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, dan banyaknya kompetitor yang lebih inovatif. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengimplementasikan manajemen catering yang efektif untuk meningkatkan produktivitas pada Kenz Catering. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Participatory Action Research (PAR) dengan observasi, wawancara, dan bertindak di lapangan. Pelaksanaan kegiatan berupa magang selama beberapa hari dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi Kenz Catering. Untuk mengoptimalkan manajemen pemasaran, Kenz Catering berusaha meningkatkan promosi melalui media digital.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menyumbang secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga menjadi tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja, terutama di daerah-daerah yang tidak tersentuh oleh industri besar. Dalam konteks ini, CV Karya Mandiri merupakan salah satu contoh UMKM yang terus berjuang untuk tetap relevan dan berkembang di tengah berbagai tantangan yang ada.

CV Karya Mandiri, sebuah usaha kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di berbagai bidang, di antaranya catering, koperasi syariah, laundry, rumah tahfidz, dan cafe. Usaha catering didirikan pada 2019 oleh Ibu Liya Rinawati. Sejak awal berdirinya, UMKM ini telah menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas dalam menghadapi tantangan ekonomi yang muncul akibat COVID-19.

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia pada akhir tahun 2019 membawa dampak yang signifikan terhadap perekonomian global, termasuk di Indonesia. Banyak usaha kecil, termasuk angkringan milik Ibu Liya Rinawati terpaksa tutup karena penurunan aktivitas ekonomi dan pembatasan sosial yang dilakukan pemerintah. Penutupan angkringan ini tidak hanya menghilangkan sumber pendapatan utama, tetapi juga mempengaruhi kesejahteraan para pegawai yang menggantungkan hidup mereka pada usaha tersebut.

Sebagai seorang pengusaha yang memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi, Ibu Liya Rinawati tidak tinggal diam melihat situasi yang sulit ini. Di tengah ketidakpastian ekonomi dan tantangan yang ada, Beliau menemukan peluang baru dalam bisnis catering. Ide ini muncul dari kebutuhan yang nyata di masyarakat, terutama di kalangan para pegawai yang bekerja dari rumah (*work from home*) dan tidak dapat keluar rumah untuk memenuhi kebutuhan makanan mereka. Dengan demikian, *Kenz Catering* didirikan dengan tujuan untuk menyediakan makanan yang sehat, higienis, dan terjangkau bagi para pegawai yang membutuhkan layanan tersebut.

Sejak didirikan, *Kenz Catering* telah menunjukkan pertumbuhan yang positif dan berhasil menarik perhatian beberapa perusahaan besar. Melalui kerjasama dengan PT Aspirasi Hidup Indonesia, Tbk. dan PT Informa, *Kenz Catering* kini menyediakan konsumsi harian bagi karyawan kedua perusahaan tersebut. Kerjasama ini tidak hanya memberikan stabilitas keuangan bagi *Kenz Catering*, tetapi juga membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan reputasi usaha di mata konsumen dan mitra bisnis.

Namun, di balik keberhasilan ini, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh Ibu Liya Rinawati dan pegawainya. Salah satu tantangan utama adalah tuntutan konsumen yang menginginkan pelayanan terbaik dengan anggaran yang terbatas. Dalam bisnis catering, kualitas makanan dan layanan merupakan faktor yang sangat penting untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Namun, dengan anggaran yang pas-pasan, menjaga kualitas tersebut menjadi tantangan tersendiri. Harga bahan baku yang tidak fleksibel, seringkali dipengaruhi oleh fluktuasi pasar, menambah tekanan pada margin keuntungan usaha. Hal ini menuntut manajemen untuk lebih cermat dalam mengelola anggaran dan mencari solusi yang inovatif untuk menyeimbangkan antara biaya dan kualitas.

Selain itu, tantangan komunikasi internal juga menjadi masalah yang perlu mendapatkan perhatian. Sebagai pemilik usaha, Ibu Liya Rinawati memiliki peran sentral dalam pengambilan keputusan dan operasional sehari-hari. Namun, kesibukan beliau sebagai ketua komunitas BMW cabang Kediri dan sebagai mahasiswa program doktoral (S3) di Surabaya membuatnya jarang berada di lokasi usaha. Hal ini sering kali menyebabkan terjadinya kesenjangan komunikasi antara pemilik dan pegawai, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi efisiensi dan kualitas layanan yang diberikan. Meskipun demikian, Ibu Liya Rinawati dikenal sebagai sosok yang pekerja keras dan mampu membagi waktu dengan baik untuk mengurus usahanya. Dedikasinya terhadap usaha dan komitmennya untuk terus belajar dan berkembang menjadi kekuatan utama yang mendorong CV Karya Mandiri untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah tantangan yang ada.

Dalam menghadapi berbagai tantangan ini, tim magang memainkan peran yang penting dalam mendukung pengembangan *Kenz Catering*. Program pengabdian masyarakat yang dirancang oleh tim magang kelompok 9, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berfokus pada pemberdayaan UMKM seperti CV Karya Mandiri melalui berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memperkuat kapasitas manajerial, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperbaiki komunikasi internal.

Salah satu aspek penting dari program ini adalah meningkatkan kapasitas manajerial bagi pemilik usaha *Kenz Catering*, kemampuan untuk mengelola anggaran dengan efisien dan tetap mempertahankan kualitas layanan adalah kunci untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, program pengabdian ini akan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam manajemen keuangan, perencanaan anggaran, serta strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, pelatihan dalam penggunaan teknologi untuk mendukung operasional, seperti sistem manajemen pesanan dan pengelolaan inventaris, juga akan diberikan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam layanan catering.

Tantangan komunikasi internal yang dihadapi oleh *Kenz Catering* juga menjadi fokus utama dalam program ini. Dengan keterlibatan yang lebih besar dari pemilik usaha dalam operasional sehari-hari, diharapkan dapat tercipta komunikasi yang lebih baik antara pemilik dan pegawai. Program ini akan mengadakan workshop dan sesi diskusi yang dirancang untuk memperkuat komunikasi tim, membangun kepercayaan, serta menciptakan budaya kerja yang kolaboratif, dan inklusif. Hal ini diharapkan tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan produktif.

Selain fokus pada pengembangan internal, program magang ini juga akan membantu *Kenz Catering* dalam mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengembangkan strategi pemasaran

yang lebih efektif. Dengan adanya kerjasama yang sudah terjalin dengan PT Aspirasi Hidup Indonesia, Tbk. dan PT Informasi, Kenz Catering memiliki landasan yang kuat untuk memperluas jangkauan pasarnya. Program ini akan memberikan pendampingan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat, termasuk pemanfaatan media digital untuk meningkatkan visibilitas dan menarik konsumen baru.

Di sisi lain, program magang ini juga mengakui pentingnya keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, aspek lingkungan dan tanggung jawab sosial juga akan menjadi bagian dari pembahasan. Kenz Catering diharapkan dapat mengadopsi praktik-praktik bisnis yang ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah yang lebih baik dan penggunaan bahan baku lokal yang berkelanjutan. Selain itu, program ini akan mendorong Kenz Catering untuk terus berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat lokal, baik melalui penyediaan lapangan kerja maupun melalui program-program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dapat memberikan dampak positif bagi komunitas di sekitarnya.

Melalui berbagai kegiatan magang ini, diharapkan Kenz Catering tidak hanya mampu mengatasi tantangan yang ada, tetapi juga dapat menjadi model bisnis yang tangguh dan berkelanjutan. Pengalaman dan pelajaran yang diperoleh dari kegiatan ini juga diharapkan dapat diadopsi oleh UMKM lain yang menghadapi situasi serupa, sehingga dapat tercipta ekosistem bisnis yang lebih kuat dan lebih tangguh di masa depan.

Jurnal ini bertujuan untuk mendokumentasikan proses dan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, serta mengidentifikasi praktik-praktik terbaik yang dapat diterapkan dalam konteks pemberdayaan UMKM lainnya. Dengan demikian, diharapkan jurnal ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi CV Karya Mandiri, tetapi juga memperkaya wacana akademik dan praktik terkait pengembangan UMKM di Indonesia.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan magang di CV. Karya Mandiri yang berlokasi di Kec. Mojoroto, Kota Kediri dengan focus utama tertuju pada owner dan karyawan Kenz Catering. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah *Participatory Action Research (PAR)*. *Participatory Action Research (PAR)* merupakan metode penyadaran masyarakat mengenai potensi dan masalah yang ada serta mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan perubahan yang akan dilaksanakan. Prosedur penelitian *Participatory Action Research (PAR)*, meliputi :

- a. Pemetaan awal dengan cara melakukan observasi dan wawancara sambil berkenalan dengan owner Kenz Catering
- b. Membangun hubungan melalui kegiatan magang owner dan karyawan Kenz Catering dan kelompok kami belajar untuk memahami dan beradaptasi dengan sistem kerja yang berlaku.
- c. Mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh owner Kenz Catering
- d. Menyusun strategi yang efektif dalam menyelesaikan permasalahan manajemen catering
- e. Melakukan aksi perubahan untuk meningkatkan produktivitas dan keuntungan di Kenz Catering
- f. Melakukan evaluasi kegiatan dalam bentuk rapat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan manajemen yang efektif dalam usaha catering, khususnya pada skala UMKM. Manajemen dalam konteks ini mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, hingga evaluasi terhadap seluruh aktivitas operasional guna mencapai tujuan usaha secara efisien.

Kegiatan ini dilaksanakan di CV Karya Mandiri, sebuah UMKM di Kota Kediri yang memiliki unit usaha catering bernama Kenz Catering. Usaha ini telah melayani berbagai kebutuhan konsumsi masyarakat, baik untuk acara pernikahan, rapat kantor, hingga layanan konsumsi harian mahasiswa dan karyawan.

Tujuan dari pengabdian ini adalah membantu Kenz Catering dalam menerapkan manajemen usaha yang lebih terstruktur, khususnya dalam aspek produksi, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia, sehingga dapat meningkatkan daya saing, kualitas layanan, serta keberlangsungan usaha.

Dalam tahap awal pengabdian, dilakukan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Salah satu kekuatan yang menonjol adalah letak usaha yang strategis, yakni berada di wilayah Mojoroto, dekat dengan kampus dan pusat kota Kediri, yang menjadi pasar potensial.

Selain lokasi, keunggulan lain dari Kenz Catering adalah penggunaan bahan baku berkualitas, tenaga kerja yang loyal, serta sistem pemesanan dan pencatatan keuangan yang sudah berbasis komputer. Hal ini menunjukkan adanya potensi kuat untuk dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan manajerial yang tepat.

Namun, pengelolaan usaha masih dilakukan secara terpusat oleh pemilik tanpa adanya pembagian tugas yang jelas. Hal ini menjadi tantangan besar karena berdampak pada kurang optimalnya pengaturan waktu, pencatatan keuangan yang tidak rapi, serta pemasaran yang belum maksimal, khususnya di ranah digital.

Dalam kegiatan ini, tim pengabdian memberikan pendampingan dalam penguatan manajemen produksi melalui eksplorasi dan revisi menu yang sesuai dengan segmen pasar dan preferensi konsumen. Menu disusun dengan mempertimbangkan efisiensi bahan baku, kesesuaian harga, dan keunikan produk.



Gambar 1. Menata menu catering

Pelatihan manajemen SDM dilakukan melalui penguatan sistem kerja internal, termasuk pembagian tugas dan pelatihan karyawan untuk meningkatkan profesionalisme dan kualitas layanan. SDM yang ramah, cekatan, dan terlatih menjadi aset penting dalam bisnis catering karena berinteraksi langsung dengan pelanggan.

Dari sisi keuangan, pengabdian ini mencakup penyusunan sistem pencatatan transaksi yang lebih terstruktur dan terintegrasi dengan sistem invoice digital. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan akurasi laporan keuangan, transparansi pengeluaran, dan kemudahan dalam pengambilan keputusan usaha.

Strategi pengembangan pemasaran menjadi fokus lain dalam kegiatan ini. Kenz Catering diberikan pendampingan dalam membangun media sosial bisnis (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) dan menyusun konten promosi yang menarik serta konsisten dengan identitas usaha.



Gambar 2. Proses input penjualan

Kegiatan pengabdian juga mendorong pemanfaatan layanan pesan antar digital seperti GoFood atau ShopeeFood sebagai langkah awal ekspansi pasar secara online. Pendampingan teknis dilakukan agar pemilik usaha memahami sistem pendaftaran, pengelolaan menu digital, dan strategi promosi melalui platform tersebut.

Dalam aspek produktivitas, tim pengabdian memperkenalkan cara kerja efisien menggunakan teknologi dapur dan manajemen waktu yang baik, termasuk pengelolaan bahan baku secara sistematis. Ini dilakukan untuk menekan pemborosan, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan kapasitas produksi.

Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman pemilik usaha tentang pentingnya pembagian peran dalam organisasi, penggunaan teknologi digital untuk efisiensi, serta penguatan identitas merek usaha. Karyawan juga menjadi lebih terlibat dalam operasional dan pelayanan kepada konsumen.

Peluang pengembangan usaha ke depan sangat terbuka, mengingat meningkatnya permintaan jasa catering dan pertumbuhan UMKM di sektor makanan. Namun demikian, Kenz Catering juga menghadapi tantangan berupa persaingan harga, fluktuasi bahan baku, dan kemunculan kompetitor baru yang agresif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan efektivitas manajemen usaha Kenz Catering. Berbagai aspek manajemen usaha, mulai dari perencanaan produksi, pengelolaan sumber daya manusia, pencatatan keuangan, hingga strategi pemasaran, telah mengalami perbaikan melalui proses pendampingan yang sistematis. Pemilik usaha menjadi lebih memahami pentingnya pembagian tugas, sistem pencatatan yang rapi, serta optimalisasi peran media sosial sebagai alat promosi. Keaktifan karyawan juga meningkat seiring adanya pelatihan dan evaluasi internal secara berkala. Rekomendasi utama dari kegiatan ini mencakup penambahan personel khusus untuk menangani pemasaran digital, pembentukan struktur organisasi internal yang lebih jelas dan fungsional, serta pengembangan jaringan usaha, baik melalui platform online seperti aplikasi pesan antar maupun melalui rencana pembukaan cabang baru. Dengan mempertimbangkan kekuatan lokasi yang strategis dan citra positif yang telah terbentuk di kalangan pelanggan, Kenz Catering memiliki peluang besar untuk tumbuh menjadi usaha catering yang lebih profesional, kompetitif, dan berkelanjutan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A., Nadiya, N., Khaira, F., & Darussalam, R. K. (2024). Sosialisasi Sertifikasi Halal dan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 485–490. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1800>
- Amellia, D., & Pujiyanto, 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>
- Fatmawati, N., Zunaidi, A., Septiana, A. Y., Maghfiroh, F. L., Pinkytama, N. R., & Prihartini, L. Y. (2025). Meningkatkan daya saing usaha lokal melalui literasi dan pemanfaatan e-commerce. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 8(2), 375–390. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i2.22691>
- Febriandini, E., Rohaini, E., Rahayu, E. P., Anggraeni, E. I., Aryati, E. B., & Afandi, A. J. (2023). Optimasi Pemasaran Digital sebagai Program Pendamping pada Catering dan Gado-Gado Bu Tatik dalam Meningkatkan Omset . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 646–650. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.798>
- Kosasih, Engkos. Participatory Action Research (PAR) Implementasi Kebijakan Wajib Belajar Pendidikan Dasar Sembilan Tahun di Kabupaten Serang. (2018). *Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies (JIPAGS)*, 2 (2), 333.
- Lubis, D. I. D., Azizah Mutiara, Lubis, D. F., Waruwu, D. H., & Siburian, N. (2023). Sosialisasi dan Demontrasi Pengolahan Sampah Sebagai Bahan Pengembangan Kreatifitas Anak Berbasis Lingkungan di Yayasan Al-Kahfi, Medan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 202–206. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.332>
- Lubis, D. I. D., Siregar, A. R. A., & Ramadhan, B. (2024). Meningkatkan Kreativitas UMKM dan Pendapatan Masyarakat melalui Penyuluhan Pemasaran Digital Produk Pisang Lumer. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 13–19. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.1093>
- Marlinah, Andi. (2009). Meningkatkan Produktivitas Usaha Melalui Motivasi. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 6 (2). <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/591/581>.
- Manan, M. A., Samosir, A., & Nurbaiti, N. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Point Of Sale (POS) dalam Manajemen Resiko bagi UMKM Pekon Sumber Mulyo . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 675–680. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1904>
- Nurul Qomar, Moh., dkk. (2022). Peningkatan Kualitas UMKM Berbasis Digital dengan Metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal*, 3 (1), 75- 76.
- Rahmat, Abdul dan Mira Mirnawati. (2020). Model Participatory Action Research dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara :Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 06 (01), 64.

- Setiawan, F., Guritmo, C., & Zunaidi, A. (2025). Assessing financial metrics and Sharia Healthcare stock return amid Indonesia's market volatility. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 15(2), 105–120. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v15i2.105-120>
- Siregar, A. U., Lubis, D. I. D., Isnaini Nur Azhara, Khayru Aqillah, Mhd Rahmad Ramadhan, & Pardosi, W. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Guna Meningkatkan Motivasi Belajar dan Minat Berwirausaha di Lingkungan Pelajar Pada Panti Asuhan Ar-Rahman Medan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 111–115. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.336>
- Sadewa, Andika Putra., Adam Hendra Brata., dan Djoko Pramono. (Mei, 2021). Pengembangan Sistem Manajemen Bisnis Katering Rumahan Berbasis Web (Studi Kasus: Senjani Kitchen). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5 (5).
- Suyadi. Syahdanur. Susie Suryani (Juni, 2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAM*, 29 (1)
- Widyastuti, Nurmasari., Choirun Nissa, dan Binar Panunggal. (2018). *Manajemen Pelayanan Makanan*. Yogyakarta: K-Media.
- Zubaidah, Tantri Risda. (2024). Strategi Penentuan Harga Pokok Penjualan untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 2 (1), 41-47.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.