

Processed Products of the MSME 'Honey Pastry and Cookies' in Pakis Tirtosari, Surabaya**Produk Olahan UMKM Kue Kering 'Honey Pastry and Cookies' di Pakis Tirtosari Surabaya****Juliani Pudjowati¹, Susi Tri Wahyuni², Mas Adah³**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya^{1,2}Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan³[juliani@ubhara.ac.id¹](mailto:juliani@ubhara.ac.id)

Disubmit : 28 Maret 2025, Diterima : 18 April 2025, Terbit: 1 Mei 2025

Abstrak

Produk olahan kue kering sebagai camilan atau suguhan yang enak dan beragam variannya dari UMKM HONEY PASRTY AND COOKIES di wilayah pakis tirtosari Surabaya. Permasalahan yang dialami UMKM HONEY PASRTY AND COOKIES antara lain adalah pengemasan dengan pouch yang membuat kue rawan hancur, digital marketing yang kurang aktif dan pengurusan Legalitas usaha. Ide usaha dengan meluncurkan kue kering dalam kemasan pouch masih perlu mendapatkan perhatian khusus dan uji coba, karena kue kering jika dikemas dalam bentuk pouch akan rawan hancur sehingga ketika sampai ditangan customer maka akan kurang pantas jika semua kue dalam kemasan tersebut telah hancur. Selanjutnya adalah digital marketing yang kurang aktif, karena yang menjalankan usaha adalah seorang ibu rumah tangga yang kurang memahami digital marketing dan yang menghandle sosial media hanya pekerja part time maka digital marketing dalam promosi masih kurang aktif. Dan yang terakhir adalah pengurusan legalitas usaha, karena UMKM Honey Pastry merupakan home industry, maka saat pengurusan Legalitas Usaha (Hak Cipta) nama usaha Honey Pasrty sudah diklaim hak cipta oleh pihak lain. Sehingga Honey Pastry tidak bisa mendaftarkan nama "Honey Pastry" sebagai hak cipta atas produk mereka. Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode kualitatif, yaitu dengan memperoleh data non numerik yang disajikan berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan lapangan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah ide baru, inovasi serta pengembangan dan pengelolaan yang dapat dilakukan terhadap produk kue kering dan pastry.

Kata Kunci : Produk Olahan, UMKM Kue Kering**Abstract**

Processed products of pastries as a delicious snack or treat and various variants from UMKM HONEY PASTRY AND COOKIES in the Pakis Tirtosari area, Surabaya. The problems experienced by HONEY PASTRY AND COOKIES SMEs include packaging with pouches that make the cakes prone to destruction, digital marketing that is less active and managing business legality. The business idea of launching cookies in pouch packaging still needs special attention and trials, because if the cookies are packed in a pouch they are prone to being crushed so that when they reach the customer's hands it will be inappropriate if all the cookies in the packaging have been destroyed. Next is digital marketing which is not active, because the person running the business is a housewife who does not understand digital marketing and only part time workers handle social media, so digital marketing in promotion is still not active. And finally, the management of business legality, because Honey Pastry UMKM is a home industry, so when processing Business Legality (Copyright) the Honey Pastry business name has been claimed by another party for copyright. So that Honey Pastry cannot register the name "Honey Pastry" as a copyright for their product. The method used in this research is a qualitative method, namely by obtaining non-numeric data which is presented based on the results of interviews and field observations. The results obtained from this research are new ideas, innovations as well as development and management that can be carried out on pastries and pastry products.

Keyword : Processed Products, Dry Cake UMKM

1. Pendahuluan

Kegiatan (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri bagi usaha menekan angka kemiskinan suatu Negara. Pertumbuhan dan pembangunan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi Negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah (Pudjowati & Sayyid, 2025).(Singgih et al., 2022.)

UMKM dapat dijadikan usaha sampingan artinya bukan merupakan tempat penghasilan ekonomi yang pertama, biasanya hanya untuk sekedar ingin membuka usaha atau menambah penghasilan lain (Hirmantono et al., 2021)(Dwiningwarni et al., 2020). Sedangkan ada juga yang membuka UMKM berpengaruh besar pada penghasilan ekonomi karena usaha tersebut merupakan usaha utama untuk mencukupi kebutuhan ekonomi. (Sulistyowati1 et al., 2023). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di tengah tantangan ekonomi yang terus berkembang, sektor UMKM menunjukkan daya tahan yang cukup kuat, termasuk dalam bidang industri makanan dan minuman. Salah satu pelaku UMKM yang konsisten mengembangkan produk lokal adalah "Honey Pastry and Cookies", sebuah usaha rumahan yang berlokasi di Kelurahan Pakis Tirtosari, Surabaya, dengan spesialisasi pada produk kue kering..

Kue kering merupakan makanan ringan yang dijadikan pilihanda camilan masyarakat saat kapanpun dan dimanapun. Dengan kemasan dan daya tahan yang cukup lama membuat kue kering banyak diminati masyarakat luas baik anak-anak, dewasa, maupun lansia. Dengan banyaknya minat dan kebutuhan masyarakat membuat produk rumahan seperti kue kering ini menjadi potensi usaha rumahan yang cukup menjanjikan (Fauziah et al., 2023)(Ajizah & Jauhari, 2022)

Kue kering pastry sebagai makanan ringan yang memiliki nilai tambah gizi dan juga sebagai camilan atau suguhan. Kue kering pastry yang varian awalnya hanya seperti nastar, kastengel, putri salju, kue bulan atau beberapa kue kering pastry varian lama yang sudah sering dijumpai kini telah berkembang menjadi beragam jenis varian kue kering pastry yang menjelma menjadi idola masyarakat. Sehingga eksistensi kue kering pastry yang sebelumnya hanya dihidangkan saat hari besar menjadi dapat dinikmati kapan pun dengan banyak inovasi baru. (Nazwa Fatimah et al., 2024)(Sutrisno, 2023)

UMKM Honey Pastry and Cookies sebagai home industri pemroduksi kue kering pastry yang didirikan sejak tahun 2008 telah mengembangkan usahanya menjadi memproduksi banyak varian kue kering pastry yang menjadikan usaha mereka yang mulanya hanya mendapatkan pesanan dari rekan sekitar saat hari besar saja menjadi mendapatkan banyak pesanan setiap harinya bahkan hingga 1500 pouch. Produk olahan "Honey Pastry and Cookies" telah dikenal oleh konsumen lokal karena cita rasa yang khas dan kualitas bahan yang digunakan. Namun, seperti banyak UMKM lainnya, usaha ini menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam aspek manajemen produksi, pengemasan produk, pemasaran digital, dan pengembangan branding. Penguatan kapasitas pelaku usaha sangat dibutuhkan agar UMKM ini dapat lebih kompetitif, berdaya saing, dan mampu memperluas pasar secara berkelanjutan

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana berupaya membantu mengidentifikasi kendala atau permasalahan kepada pelaku UMKM "Honey Pastry and Cookies" dalam rangka meningkatkan kualitas produk, efisiensi proses produksi, serta penguatan strategi pemasaran berbasis digital. Dengan pendekatan partisipatif dan solutif, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan daya saing dan

keberlanjutan usaha, sekaligus mendorong tumbuhnya ekonomi kerakyatan di wilayah Pakis Tirtosari, Surabaya

2. Metode

Pendekatan kualitatif, metode pendekatan kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami akan suatu hal dengan melakukan proses interaksi antara peneliti dengan narasumbernya (Ardianto, 2019; Basrowi dan Suwandi, 2008). Metode ini sangat cocok digunakan dalam penelitian kali ini karena kita bisa mengetahui bahwa pengetahuan pelaku usaha berpengaruh dalam pengembangan usaha yang dimiliki dengan melakukan interaksi secara langsung dengan pemilik usaha sehingga mendapatkan hasil yang akurat berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan.

Jenis data yang disajikan dalam hasil metode kualitatif bersifat *non numerik* atau berupa penyajian data dalam bentuk kalimat, kata, dan teori-teori yang berkaitan diversifikasi kue kering dalam upaya pengembangan dan pengolahan kue kering UMKM Honey Pastry and Cookies. Dalam teknik analisis dengan metode kualitatif hasil yang diperoleh melalui observasi lapangan disajikan apa adanya tanpa adanya manipulasi dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Sebuah penelitian harus mempunyai kredibilitas, agar penelitiannya dapat dipertanggungjawabkan. Beberapa cara dalam mencari kredibilitas sebuah penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Memperpanjang waktu pengamatan atau observasi, cara ini dilakukan dengan mengunjungi kembali lokasi observasi untuk mengkonfirmasi bahwa data yang ada adalah faktual atau benar.
- b. Peningkatan ketekunan, merupakan pengecekan kembali laporan penelitian yang telah dibuat untuk mengetahui kekurangan yang ada dalam laporan sehingga dapat memperbaikinya lagi.
- c. Analisis kasus negatif, yaitu dengan melakukan pengujian data untuk mendapatkan hasil data yang berbeda atau berlawanan dengan data yang ada, kemudian akan dikonfirmasi kembali untuk mendapatkan keakuratan data. Jika tidak ditemukan data yang negatif maka hasil data sudah dinyatakan *valid*.
- d. Menggunakan bahan referensi, yaitu memasukkan hasil-hasil pengamatan atau dokumentasi observasi di dalam laporan penelitian untuk menjamin kredibilitas observasi.
- e. *Member check*, yaitu pengecekan ulang data yang didapatkan dari informan setelah laporan mendapatkan kesimpulan.

3. Hasil Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan observasi UMKM ini adalah kegiatan untuk menganalisis UMKM beserta kendala dan masalah yang dialami dengan mencari informasi secara akurat dengan langsung mendatangi dan mengobservasi UMKM yang telah dipilih, untuk kemudian diberikan solusi agar dapat memberikan jalan keluar atas permasalahan yang dialami oleh UMKM tersebut. UMKM yang kita pilih adalah UMKM kue kering 'Honey Pastry and Cookies' yang terletak di Jalan Pakis Tirtosari 2 No. 19, Surabaya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan mencari informasi UMKM dengan mendatangi sentra UMKM yang terletak di Merr, Surabaya. Kemudian setelah menetapkan pilihan kepada UMKM Honey Pastry and Cookies selanjutnya kita menemui pengelola UMKM Sentra Merr untuk meminta informasi kontak dari UMKM tersebut yang bisa dihubungi untuk kemudian dapat kita konfirmasi kesediaannya untuk dikunjungi dan dilakukan observasi.



Gambar 1. Kegiatan kunjungan ke lokasi UMKM

Praktek observasi ini dilakukan dengan menerapkan ilmu pengetahuan, diskusi dan melakukan wawancara serta mengamati proses produksi pembuatan kue kering secara langsung. Kegiatan Observasi Kue Kering ini dilakukan sebanyak 3 kali.

1. Tahap pertama yaitu melakukan wawancara dengan pemilik Usaha Honey Pastry and Cookies, wawancara dilakukan dengan mengulik informasi mengenai usaha Honey Pastry guna sebagai bahan analisis, serta pembuatan jurnal dan makalah.
2. Tahap kedua yaitu dengan terjun langsung di proses produksi pembuatan kue kering, dalam pembuatan produksi kue kering kita terjun langsung untuk mengamati dan menganalisis bagaimana proses pembuatan kue kering, dari mulai proses pengolahan bahan, baking, hingga pengemasan.
3. Tahap ketiga yaitu melakukan kunjungan bersama Dosen pengajar, kunjungan ini dilakukan guna melakukan konfirmasi antara pemilik UMKM dengan Dosen Pengajar agar Jurnal, Makalah, Serta hasil observasi yang dilakukan dapat dibuktikan atau divalidasi kebenarannya.

Terdapat beberapa proses yang dilakukan dalam menjalankan usaha Kue Honey Pastry and Cookies dari mulai proses stock opname hingga pemasaran. Berikut beberapa alur proses kegiatan dalam usaha Honey Pastry and Cookies :

1) Proses Stock checking

Yaitu proses pengecekan pesanan yang masuk serta jadwal pengiriman barang untuk sentra sentra UMKM, setelah merekap jumlah pesanan yang meliputi jenis kue, jumlah, serta pemesan. Kemudian dilanjutkan dengan pengecekan stok bahan untuk pembuatan pesanan yang telah direkap tersebut, jika terdapat bahan yang kurang atau kosong maka owner akan menghubungi agen distributor untuk pemasok bahan kue mereka agar dikirimkan bahan bahan yang diminta untuk dikirim.

2) Pengolahan Bahan

Yaitu proses yang dilakukan setelah semua bahan bahan yang dibutuhkan untuk pembuatan kue telah siap dan lengkap. Selanjutnya bahan bahan tersebut diolah menjadi kue kue kering berdasarkan pesanan yang masuk.

Di Honey Pastry and Cookies terdapat beragam jenis kue kering yang di produksi, beberapa diantaranya yaitu :

1. Kastengel
2. Coconut choco cookies
3. Cheese sago
4. Coklat drop
5. Cheese palm
6. Gem rose
7. Choco Stick
8. Italian biskoti
9. Fruit cookies
10. Peanut butter

11. Lidah kucing almond
12. Ovomaltine choco cookies

Setelah tahap proses pengolahan bahan, maka proses selanjutnya adalah baking. Proses tersebut merupakan proses pemanggangan kue kering menggunakan oven berteknologi yang mendukung pemanggangan kue kering dengan teknologi baru yang membuat proses pengeringan lebih maksimal serta kadar air yang minimal sehingga kue lebih tahan lama.

3) Packing

Yaitu tahap terakhir dalam proses produksi, dalam tahap ini terdapat dua jenis tempat untuk packing kue kering. Packing stoples, yaitu kue kering yang dikemas dalam jumlah banyak atau berat maka akan dipacking dalam kemasan stoples. Packing pouch, yaitu kue kering yang dihadirkan dalam jumlah minimalis dan lebih sedikit yang kemudian dikemas dalam bentuk pouch. Perbedaan pengemasan ini dilakukan karena jika pembeli ingin membeli kue kering sebagai jamuan atau suguhan maka pembeli disediakan kemasan stoples yang lebih pantas untuk dijadikan suguhan. Namun jika pembeli ingin memakan untuk sendiri dan hanya dalam jumlah sedikit sebagai jajan atau camilan harian maka disediakan kue kering dalam bentuk pouch.

4) Pemasaran

Proses pemasaran yaitu proses penjualan produk cookies kepada masyarakat melalui tempat tertentu atau media pengantar tertentu. Pada produk Honey Pastry pemasaran dilakukan dengan penitipan kue pada toko offline store atau dengan dipasarkan melalui social media. Offline Store tempat penitipan Honey Pastry and Cookies yaitu di Sentra-sentra UMKM seperti di Merr dan Siola, kemudian dititipkan di store Brownies amanda, Oukwood Hotel, dan Double Three Hotel. Dan sosial media yang digunakan untuk sarana promosi adalah whatsapp dan Instagram.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, UMKM Honey Pastry mengalami beberapa kendala atau permasalahan. Permasalah tersebut antara lain :

1. Marketing

Dalam pemasaran atau teknik marketing yang diterapkan oleh Honey Pastry and Cookies berdasarkan pengamatan dari hasil observasi yang kami lakukan marketing yang dilakukan oleh Pemilik usaha Honey Pastry dari segi Digital Marketing untuk pemasarannya kurang aktif dalam memanfaatkan Sosial Media untuk mempromosikan produknya. Dan untuk pemasarannya Honey Pastry and Cookies untuk menitipkan produknya kurang luas untuk jangkauan pasarnya, atau kirang tersebar di store store yang sering di kunjungi oleh banyak masyarakat.

2. Pengemasan

Untuk pengemasan produk cookies dalam kemasan pouch masih dalam tahap pengkajian lebih lanjut karena beberapa kue tidak dapat dikemas dalam kemasan pouch karena tekstur kue yang lembut dan rentan hancur. Sehingga kue menjadi hancur dan tidak layak jual.

3. Legalitas Hak Cipta Merk,

Merk Honey Pastry and Cookies sudah tidak bisa didaftarkan sebagai merk dagang lagi karena saat mengajukan merk Honey Pastry and Cookies pengajuan merknya ditolak karena sudah di claim hak cipta oleh pihak lain. Karena itu Honey Pastry and Cookies hanya dijadikan sub merk atau bukan merk utama karena sudah menjadi hak cipta merk pihak lain.

4. Pengembangan produk resmi,

Pengembangan varian produk untuk Honey Pastry sedikit mengalami hambatan karena dalam mengembangkan produk dan memasarkan kepada masyarakat, terlebih dahulu harus mendaftarkan produknya dalam legalitas PIRT dan halal agar bisa masuk di store store offline dan dipasarkan kepada masyarakat luas.

5. Tenaga kerja,

Untuk tenaga kerja Honey Pastry, mereka hanya memiliki 2 pegawai tetap yang setiap hari bekerja dan datang ke tempat produksi Honey Pastry. Dan hanya menambah pegawai tambahan hanya ketika hari –hari besar seperti hari raya. Selain itu pengerjaan kue hanya

dikerjakan dengan dua pegawai dan pemilik saja. Karena itu proses produksi menjadi sedikit kewalahan karena terkadang jumlah orderan yang masuk juga mencapai ribuan pouch, dan hanya dikerjakan oleh 3 orang saja.

6. Tempat produksi,

Tempat produksi yang digunakan oleh honey pastry adalah rumah tempat tinggal owner. Dan terbatasnya tempat tersebut menyebabkan pemilik usaha mengeluhkan kurangnya luas tempat produksi tersebut karena jumlah pesanan yang masuk juga semakin bertambah banyak namun tempat yang digunakan masih belum bertambah luas.

4. Penutup

Honey Pastry and Cookies merupakan usaha kue kering dan pastry yang memiliki beragam varian dan inovasi baru untuk pengembangan kue kering. Honey Pastry and Cookies juga merupakan usaha kue kering yang menggunakan bahan premium untuk pembuatan bahan kue, sehingga cita rasa yang dihasilkan juga sangat enak dan memiliki cita rasa elegan. Namun Honey Pastry memiliki beberapa kendala yang dialami. Antara lain, pengemasan dalam bentuk pouch yang membuat kue menjadi hancur dan tidak layak jual dikarenakan teksturnya yang rentan hancur dan lembut, marketing yang belum mengoptimalkan digital marketing dengan sepenuhnya dan penyebaran produk – produk di toko – toko offline store yang lebih luas lagi, kemudian legalitas hak cipta untuk nama Honey Pastry and Cookies yang sudah di klaim oleh pihak lain, tenaga kerja serta tempat produksi yang masih dalam skala home industri juga membuat kewalahan jika menerima pesanan dalam jumlah besar.

Berdasarkan permasalahan yang ada di dalam usaha Honey Pastry and Cookies maka hal-hal yang dapat dilakukan dalam upaya pengelolaan dan pengembangan kue kering antara lain :

1. Mengoptimalkan marketing terutama dari segi digital marketing, karena di era modern seperti sekarang masyarakat luas banyak yang menggunakan sosial media. Sehingga dengan mengoptimalkan promosi melalui sosial media maka produk Honey Pastry and Cookies akan lebih dikenal masyarakat luas serta mendatangkan minat dari pelanggan dengan jangkauan lebih luas lagi.
2. Menampilkan atau menghadirkan kemasan jar atau stoples kecil untuk beberapa kue yang tidak bisa dikemas minimalis dalam bentuk pouch. Sehingga masyarakat tetap menikmati kue kering Honey Pastry and Cookies dalam kemasan minimalis.
3. Mengepahkan sayap pemasaran untuk toko – toko offline store yang bersifat strategis dan banyak dikunjungi oleh banyak kalangan sehingga produk dapat mudah dikenal dan dibeli dimanapun.

Daftar Pustaka

- Anggina, D., Dewi, N., & Restuhadi, F. (2020). Strategi pemasaran agroindustri dodol rasa buah lokal. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.31849/jip.v17i1.3892>
- Astuti, K. (2023). Pelatihan penguatan UMKM dodol melalui inovasi produk dan pemasaran digital. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 45–52. <https://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/18408>
- Hamid, S. (2017). Analisis program pemasaran produk UMKM dodol Garut. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 12–20.
- Izharsyah, J. R., Lubis, F. H., Amrullah, A., Sari, D. S., & Panjaitan, P. A. (2024). Penggunaan E-Buydol dalam penguatan UMKM dodol Pasar Bengkel Serdang Bedagai berbasis E-CBT. *Jurnal SOLMA*, 13(3), 2055–2065. <https://doi.org/10.22236/solma.v13i3.16417>

- Mahfud, T., Asma, D., Winoto, B., & Chasanah, U. (2022). Upaya peningkatan pemasaran industri kecil menengah dodol melalui strategi digital marketing. *Jurnal Abdi Wiralodra*, 6(1), 33–40. <https://abdiwiralodra.unwir.ac.id/index.php/abdi/article/download/133/99/1324>
- Nugroho, H., & Sudrartono, T. (2022). Kewirausahaan UMKM di era digital: Studi kasus pada industri dodol tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 101–110.
- Setiyanto, S. A. P. (2020). Analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 31–39.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilawati, S., & Sunardi, S. (2021). Peningkatan daya saing dodol nenas Si-Jank melalui strategi pemasaran produk. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2), 93–101. <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2776>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-3). Andi Offset.
- Wahyuni, S., & Prasetyo, B. (2021). Pengaruh harga, promosi, lokasi, dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan dodol. *JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 45–56. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/65>
- Yuliani, R., & Hidayat, T. (2021). Pengolahan cemilan dari nenas guna meningkatkan nilai tambah produk dodol nenas Si-Jank. *SEHATI ABDIMAS*, 2(2), 23–30. https://www.ojs.poltesa.ac.id/index.php/SEHATI_ABDIMAS/article/download/452/100
- Zahra, N., & Putri, M. (2022). Strategi peningkatan daya saing UMKM dodol melalui inovasi produk dan pemasaran digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 4(1), 15–25.
- Zulkarnain, A., & Rahmawati, L. (2023). Penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan UMKM dodol: Studi kasus di Kabupaten Garut. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 5(2), 60–70.
- Zulkarnaen, M., & Sari, D. (2022). Analisis SWOT dalam pengembangan usaha dodol tradisional di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(3), 80–90.