

PKM Pemanfaatan Ampas Tahu Diversifikasi Camilan Sehat Bernilai Jual Tinggi di Bojong Sempu, Bogor

Monica Dwi Hartanti^{1,2}, Wegig Murwonugroho³, Endang Djuana⁴, Isa Bella¹,
Noviani Prasetyaningsih¹
Fakultas Kedokteran Universitas Trisakti Jakarta¹, Pusat Riset Biomedis, Badan
Riset dan Inovasi Nasional Jawa Barat², Fakultas Seni Rupa dan Desain
Universitas Trisakti Jakarta³, Fakultas Teknik Industri Universitas Trisakti
Jakarta⁴

E-mail: mdhartanti@trisakti.ac.id¹, wegig@trisakti.ac.id³,
edjuana@trisakti.ac.id⁴, isabella@trisakti.ac.id¹, novianip@trisakti.ac.id¹

ABSTRAK

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Pemanfaatan Ampas Tahu Diversifikasi Camilan Sehat Bernilai Jual Tinggi di Bojong Sempu, Bogor memiliki sasaran ibu-ibu dasawisma untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Terdapat 6 kelompok sentra usaha tahu yang masing-masing beranggotakan lima pekerja di daerah ini. Di dalam proses produksi selalu dihasilkan limbah ampas tahu yang banyak namun belum dimanfaatkan secara optimal, terbuang dan menjadi sampah berbau busuk dan mencemari lingkungan. **Permasalahan** yang dihadapi adalah masyarakat belum mengolah ampas tahu menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Hal ini dikarenakan tidak diketahuinya proses produksi pengolahan ampas tahu serta belum dipahaminya proses produksi berstandar baku higienis. **Metodologi** yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan meliputi Pelatihan dan Praktek Pengolahan camilan sehat berbahan dasar ampas tahu. Untuk mengetahui peningkatan pengetahuan tentang ampas tahu dan pemanfaatannya, maka dilakukan tes sebelum dan sesudah kegiatan. **Hasil** yang dicapai adalah tercapainya peningkatan kompetensi produksi diversifikasi produk yang baru dari ampas tahu; terciptanya 8 aneka camilan berbahan baku ampas yang higienis dan sehat; dan terciptanya 8 foto aneka camilan produk camilan dan 3 versi desain kemasan yang menarik. Kegiatan PKM ini merupakan bentuk dukungan terhadap fokus pemerintah menggalakkan *green economy*, yaitu pemanfaatan limbah menjadi produk bernilai. Kegiatan ini juga mendukung tujuan nomor 1, 8 dan 17 dari 17 *Sustainable Development Goals (SDGs)*, yaitu menghapus kemiskinan, pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta kemitraan untuk mencapai tujuan.

Kata kunci : *Ampas tahu; Aneka olahan camilan sehat; Kemasan*

ABSTRACT

Community Partnership Program (CPP) Utilization of Tofu Dregs Diversification of Healthy Snacks with High Selling Value in Bojong Sempu, Bogor has a target of dasawisma mothers to improve their welfare. There are six groups of tofu business centers with five workers each in this area. In the production process, many tofu dregs are constantly produced, but they have not been used optimally and become stinking garbage and pollute the environment. The problem is that the community has not processed tofu dregs into products that have added value due to limited knowledge of processing the tofu dregs that have hygienic standards. **The methodology** used is training and mentoring, including Training and Practice Processing healthy snacks made from tofu dregs. We conducted pre and post-tests to measure the increase in knowledge about tofu dregs and their use. **The results** achieved are 1) the achievement of increased competence in the production of new product diversification from tofu dregs; 2) the creation of 8 various snacks made from dregs that are hygienic and healthy; 3) and the creation of 8 photos of various snack products and three versions of attractive packaging designs. This CPP activity supports the government's focus on promoting a green economy, namely using waste for valuable products. This activity also supports

goals 1, 8, and 17 of the 17 Sustainable Development Goals (SDGs), namely eradicating poverty, decent work, and economic growth and partnerships to achieve these goals. bahasa Inggris.

Keyword : tofu dregs, various processed healthy snacks, packaging

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor memiliki jumlah penduduk sebesar lebih dari 92 ribu jiwa yang tersebar ke dalam tigabelas kelurahan/desa, yaitu Cadas Nampar, Cibanon, Cijujung, Cikeas, Cilebut Barat, Cilebut Timur, Cimandala, Gunung Geulis, Nagrak, Pasir Jambu, Pasirlaja, Sukaraja dan Sukatani (Pergimulu, 2021). Walaupun banyak warganya yang bekerja sebagai pegawai pemerintah, Kecamatan Sukaraja terkenal dengan produksi tahu yang khas, yaitu tahu keju. Terdapat sekitar 10 sentra tahu rumahan di Kecamatan Sukaraja yang berlokasi di sekitar 5-10 km dari Desa Cilebut Barat (Googlemap, 2022). Para pengrajin tahu ini masih bekerja sendiri-sendiri dengan skala usaha mikro atau kecil. Skala usaha mikro memiliki tenaga kerja berkisar antara 2-5 orang dan menggunakan kacang kedelai sebanyak 10-30 kg per hari, sedangkan skala usaha kecil mempekerjakan 10-15 orang dengan penggunaan kacang kedelai mencapai 100 kg per hari (Gambar 1). Produk tahu yang dihasilkan kebanyakan adalah tahu kuning yang berupa tahu keju atau tahu telur. Dalam hal pemasaran, pengrajin berskala mikro atau rumah tangga umumnya memasarkan hasil produksi tahu ke beberapa wilayah sekitar sedangkan pengrajin berskala kecil menjual produk tahu ke wilayah-wilayah di luar Kecamatan Sukaraja.

Hasil samping dari produksi tahu adalah ampas tahu. Sebanyak 50% kacang kedelai yang digunakan untuk pembuatan tahu akan menjadi ampas tahu. Ampas

tahu masih belum banyak dimanfaatkan karena mudah rusak dan membusuk dalam 2 hari. Umumnya ampas tahu dibuang begitu saja ke daerah sekitar sehingga mencemari lingkungan. Tentunya hal tersebut akan merugikan warga Desa Cilebut Barat, Sukaraja, Bogor karena lingkungannya akan berbau dan tercemas oleh limbah dari pabrik tahu. Ampas tahu sebenarnya memiliki kandungan nutrisi yang tidak kalah dengan tahu itu sendiri. Ampas tahu memiliki energi serta kandungan protein dan karbohidrat yang cukup tinggi sehingga dapat dimanfaatkan sebagai camilan sehat (Tabel 1) (Sartika & Hermiza, 2017). Untuk dijadikan olahan camilan sehat, ampas tahu sendiri sebaiknya dijadikan tepung ampas tahu agar kadar airnya menjadi sedikit sehingga dapat disimpan dalam waktu yang lama (Iskandar, et al, 2021).



Gambar1. Proses produksi pabrik tahu.
[Sumber pribadi]

Ibu Siti Mumbaidah adalah ketua komunitas ibu-ibu Dasawisma Kampung Bojong Sempu, Cilebut Barat, Sukaraja, Bogor, Jawa Barat yang umumnya terdiri dari ibu-ibu rumah tangga berjumlah kurang lebih 10 orang, dengan usia rata-rata 35 tahun dan pendidikan rata-rata

lulusan SD-SMP. Menurut Ibu Siti, warga umumnya tidak begitu peduli dengan ampas tahu yang dibuang di sekitar pabrik tahu karena dianggap tidak ada manfaatnya bagi mereka. Ampas tahu menurut mereka hanya bisa menjadi sampah atau dibuat pakan ternak.

Tabell.Kandungan Gizi Tahu dan Ampas Tahu

Kandungan Gizi	Kadar/100 gram bahan	
	Tahu	Ampas Tahu
Energi (kal)	79	393
Air (g)	84.8	4.9
Protein (g)	7.8	17.4
Lemak (g)	4.6	5.9
Karbohidrat (g)	1.6	60
Mineral (g)	1.2	4.3
Kalsium (g)	124	19
Fosfor (g)	63	29
Zat Besi (g)	0.8	4
Vitamin A (mg)	0	0
Vitamin B (mg)	0.06	0.2

Kegiatan sehari-hari kelompok ibu-ibu dasawisma ini adalah membuat makanan yang dipasarkan di depan rumah mereka. Makanan yang dijual berupa nasi dan lauk pauknya, nasi uduk, lontong sayur dan aneka gorengan. Rata-rata pembeli berasal dari warga sekitar dan umumnya mereka datang pada pagi hari untuk membeli sarapan. Keberadaan warung kecil di depan rumah merupakan keuntungan dan kerugian sendiri bagi mitra kami. Keuntungan yang telah mereka dapatkan tentunya adalah penghasilan tambahan. Sebagai contoh adalah warung nasi uduk dan lontong sayur (Gambar 2) tabel 2.



Gambar2. Warung di depan rumah warga Bojong Sempu, Bogor. [Sumber pribadi]

Dari rincian Tabel 2 dapat dilihat bahwa untuk setiap produk dagangan, keuntungan antara Rp 1.000,- sampai Rp. 3.000,- dapat diperoleh per harinya. Jika dalam sehari mereka dapat menjual sebanyak masing-masing 50 porsi nasi uduk dan lontong sayur serta 100 potong gorengan, maka keuntungan yang didapat adalah $(50 \times \text{Rp } 3.000,-) + (50 \times \text{Rp } 3.000,-) + (100 \times \text{Rp } 1.000,-) = \text{Rp.400.000,-}$ per harinya. Jika mereka berjualan setiap hari, maka dalam sebulan, keuntungan sebesar 12 juta rupiah. Tentunya hal tersebut merupakan berkah bagi mitra, ditambah mereka juga bisa tetap di rumah mengurus keluarga. Satu-satunya kerugian yang mungkin tidak dirasakan oleh mitra waktu itu adalah cakupan pasar atau *marketing* mereka yang sangat amat terbatas, yaitu warga sekitar mereka.

Dampak pandemi Covid19 terlihat sangat nyata bagi perekonomian warga Indonesia, termasuk warga Kampung Bojong Sempu, Cilebut Barat, Bogor. Mitra pun tidak luput dari dampak tersebut. Ibu Siti Mumbaidah sebagai mitra mengatakan bahwa pendapatan mereka menurun drastis sampai hampir

Tabel2. Rincian harga jual, modal dan keuntungan dari warung nasi uduk dan lontong sayur

No	Barang	Jual (Rp)	Modal (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	Nasi uduk	8.000	5.000	3.000
2	Lontong sayur	10.000	7.000	3.000
3	Gorengan	2.000	1.000	1.000

70% karena makin jarang orang yang keluar rumah untuk membeli produk mereka. Mereka pun sempat menutup dagangan mereka akibat adanya pandemi Covid19. Lebih lanjut Ibu Siti mengeluhkan bahwa untuk mengatasi hal tersebut, umumnya mereka bekerja serabutan sebagai buruh cuci dan pembersih rumah di kompleks perumahan dekat Kampung Bojong Sempu. Sementara suami mereka bekerja serabutan sebagai buruh bangunan. Keinginan dari mitra adalah mereka bisa memiliki usaha mandiri yang kontinyu serta tidak mengandalkan orang lain dan bisa bertahan di masa pandemi Covid19.

2. PERMASALAHAN

Kampung Bojong Sempu, Cilebut Barat, Bogor dikenal memiliki banyak sentra tahu dengan terdapatnya pengrajin tahu rumahan di daerah tersebut. Produk sampingan yang dihasilkan dari proses produksi tahu adalah ampas tahu dengan jumlah yang dapat mencapai 50% dari total kacang kedelai yang dipergunakan untuk produksi tahu. Ampas tahu tersebut hanya dibuang ke daerah sekitar tempat produksi sehingga dapat mencemari lingkungan di sekitarnya. Ibu-ibu dasawisma yang tinggal di sekitar pengrajin tahu umumnya merupakan wirausaha berskala mikro dengan berjualan makanan di depan rumah mereka, namun setelah terjadi pandemi Covid19, keuntungan mereka menurun drastis dan bahkan ada beberapa yang menutup dagangannya. Oleh sebab itu, permasalahan pada mitra yang ada saat ini adalah mitra belum memanfaatkan ampas tahu sebagai olahan produk yang memiliki nilai tambah. Permasalahan ini muncul

karena masyarakat belum memahami proses produksi pengolahan ampas tahu sebagai produk lain yang bernilai ekonomi tinggi. Selain itu, belum dipahaminya proses produksi yang memiliki standar baku yang higienis

3. METODOLOGI

Metode pelaksanaan kegiatan **PKM Pemanfaatan Ampas Tahu untuk Diversifikasi Camilan Sehat Bernilai Jual di Bojong Sempu, Bogor** berupa digambarkan dalam diagram berikut ini berupa solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ada. (Gambar 3).

Lokasi Kegiatan

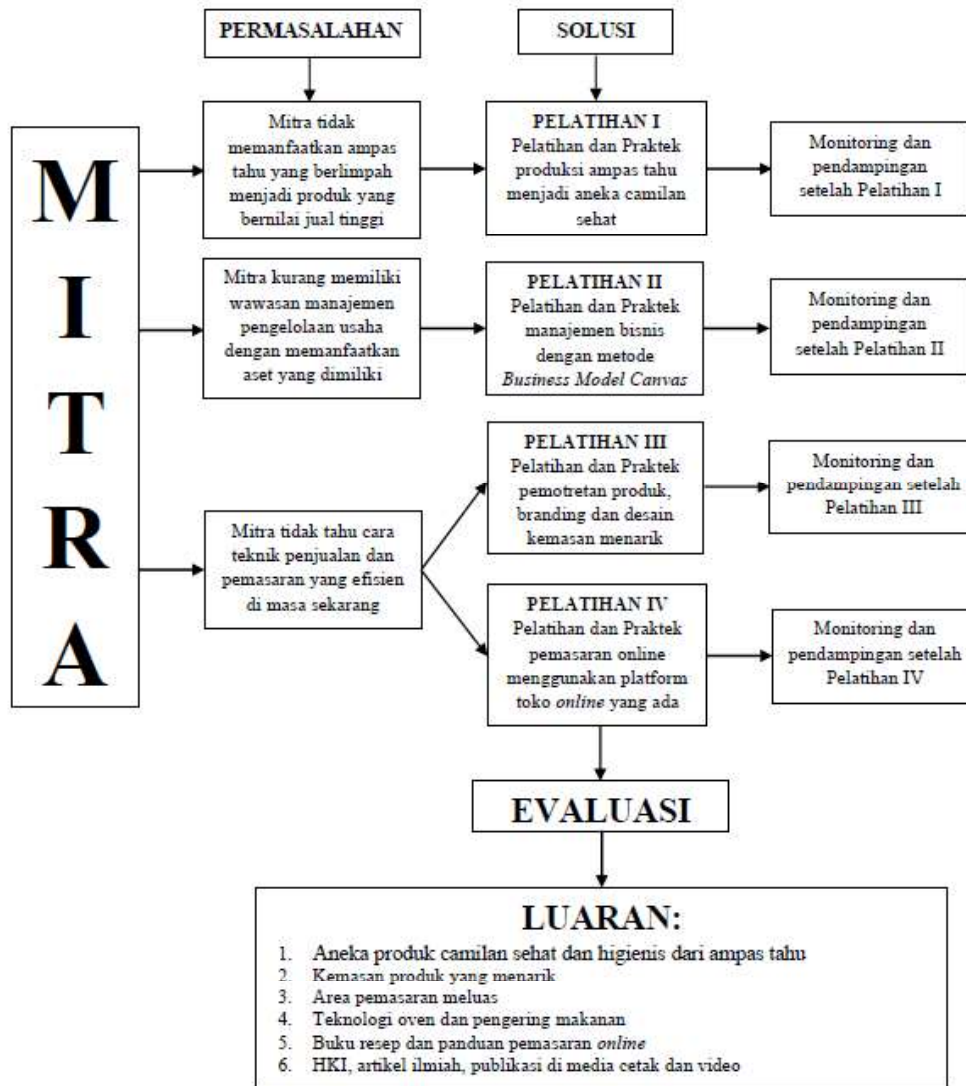
Kegiatan PKM ini dilaksanakan di dua tempat, yaitu di Sekolah Tinggi Pariwisata (SPT) Trisakti, Bintaro, Jakarta Selatan serta di Kampung Bojong Sempu, Cilebut Barat, Bogor. Pelatihan dan pendampingan yang diadakan di STPT adalah pelatihan dan pendampingan I, yaitu pembuatan camilan sehat dari ampas tahu dan kedelai serta sekilas *packaging*. Sementara di Kampung Bojong Sempu, Cilebut Barat, Bogor diadakan pelatihan dan pendampingan II – IV, yang meliputi topik *packaging*, foto dan pemasaran *online*.

Pelatihan dan Pendampingan

Seperti yang terlihat pada alur metode (Gambar 3), ada 3 permasalahan mitra, yaitu (1) kurang memanfaatkan ampas tahu yang melimpah untuk dioleh menjadi produk yang lebih bernilai jual tinggi; (2) kurang memiliki wawasan manajemen pengelolaan usaha dengan memanfaatkan aset yang dimiliki; serta

(3) tidak efisiennya cara teknik penjualan dan pemasaran yang ada. Mengacu pada permasalahan yang ada pada mitra, maka kami menawarkan solusi untuk menjawab

permasalahan tersebut, yaitu dengan 4 jenis pelatihan dan pendampingan.



Gambar3. Alur metodologi kegiatan pengabdian Pemanfaatan Ampas Tahu Diversifikasi Camilan Sehat Bernilai Jual Tinggi di Bojong Sempu, Bogor

Pelatihan dan pendampingan pertama terfokus pada pembuatan diversifikasi camilan sehat dari ampas tahu. Produk camilan sehat yang akan diajarkan terdiri dari lima camilan sehat berupa *nugget*, *dodol*, *brownie*, *cheese stick*, dan kripik. Kacang kedelai juga

digunakan untuk alternatif produk berupa susu kacang kedelai aneka rasa serta kembang tahu. Untuk membuat ketujuh camilan tersebut, maka perlu proses pengolahan ampas tahu menjadi tepung.

Pelatihan dan pendampingan yang kedua adalah mengenai topik bisnis. Mitra akan dibimbing dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) guna memahami proses produksi, alur pasok, mitra, penentuan harga hingga channel promosi produk. BMC merupakan model bisnis yang paling efektif diaplikasikan untuk orang-orang yang ingin memulai startup atau bisnis komersial (Prasetyawan et al., 2018). Model pelatihan ini akan dibuat interaktif dengan melibatkan partisipasi mitra untuk berperan langsung.

Pelatihan dan pendampingan ketiga merupakan pelatihan untuk mengetahui tentang cara pengemasan produk, mulai dari cara foto produk, *branding* dan *packaging* produk dan dibuat sedemikian rupa sehingga menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Pelatihan *branding* akan berfokus pada penciptaan *brand* produk camilan sehat dari ampas tahu yang dibuat oleh mitra. *Brand* contoh yang akan dipergunakan dalam pelatihan dan pendampingan ini adalah Camilan Amtazi, camilan ampas tahu bergizi. Selama proses pelatihan, brand Amtazi ini akan didiskusikan dan akan diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan produk dan harus mencakup visi dan misi perusahaan mitra.

Pelatihan dan pendampingan keempat atau yang terakhir adalah pelatihan pemasaran melalui penyiapan toko *online* yang sudah tersedia di platform *market place*. Di sini peserta pelatihan akan diberikan cara-cara membuka toko *online* serta memasukkan foto produk serta membuat deskripsi yang menarik.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi akan diadakan pada akhir setiap pelatihan dan setelah dilakukan monitoring dan evaluasi sesudah pelatihan terakhir, maka akan diadakan evaluasi final yang akan menilai

hal-hal berikut: 1) Peningkatan kompetensi mitra dalam produksi diverifikasi camilan sehat dari ampas tahu; 2) Peningkatan ketrampilan mitra dalam berbisnis; 3) Perluasan pemasaran mitra; dan 4) Peningkatan pendapatan mitra

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Telah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra kelompok ibu-ibu dasawisma yang tinggal di Kecamatan Cilebut Barat, Bogor mengenai pemanfaatan ampas tahu untuk camilan sehat. Kegiatan ini merupakan upaya untuk meningkatkan pendapatan mitra yang terkendala dengan adanya pandemi Covid19 serta untuk mengajarkan mitra dalam menciptakan produk yang sehat dan higienis dengan memanfaatkan ampas tahu yang terbuang sebagai upaya mendukung terciptanya *green economy* di Indonesia

Pelatihan Pembuatan Cemilan Sehat

Kegiatan ini dilaksanakan dengan terlebih dahulu berkoordinasi dengan mitra serta STP Trisakti, sebagai tempat pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang pertama (Gambar 5).



Gambar5. Koordinasi kegiatan dengan STP Trisakti, Bintaro, Jakarta Selatan

Sebelum dimulai kegiatan pelatihan ini, mitra dikenalkan dengan alat dan bahan yang akan digunakan untuk pelatihan (Gambar 6). Alat-alat penunjang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi mitra di tempat tinggalnya, dengan menggunakan teknologi tepat guna berupa oven tangkring hemat energi

dan alat pengering makanan untuk membuat tepung kedelai. Untuk kegiatan pelatihan ini, maka digunakan kacang kedelai yang kemudian dioleh menjadi produk susu kedelai dan kembang tahu (Gambar 7). Mitra selanjutnya diajarkan bagaimana memproses ampas kedelai tersebut menjadi tepung kedelai yang digunakan untuk membuat berbagai

camilan sehat, seperti dodol dan *cheese stick* (Gambar 8).

Dari hasil evaluasi pelatihan pertama ini, mitra memiliki peningkatan ketrampilan minimal pembuatan camilan sehat sebesar 130% serta peningkatan pengetahuan tentang pemanfaatan ampas tahu dan kacang kedelai sebanyak 117% yang didapatkan dari nilai pre dan pos test.



Gambar6. Peserta pelatihan pemanfaatan ampas tahu untuk camilan sehat.

Pelatihan Packaging, Branding dan Foto

Dalam kegiatan ini mitra diajarkan tentang cara membuat kemasan yang menarik dan higienis. Mitra juga diajak diskusi seputar branding produk mereka, yaitu Amtazi, dan akan diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan produk dan harus mencakup visi dan misi perusahaan mitra. Keefektifan suatu *branding* akan membuat suatu produk berbeda dengan pesaing lainnya dan membangun dasar yang kuat bagi pelanggan yang setia (Wibowo & Setyaningrum, 2021).



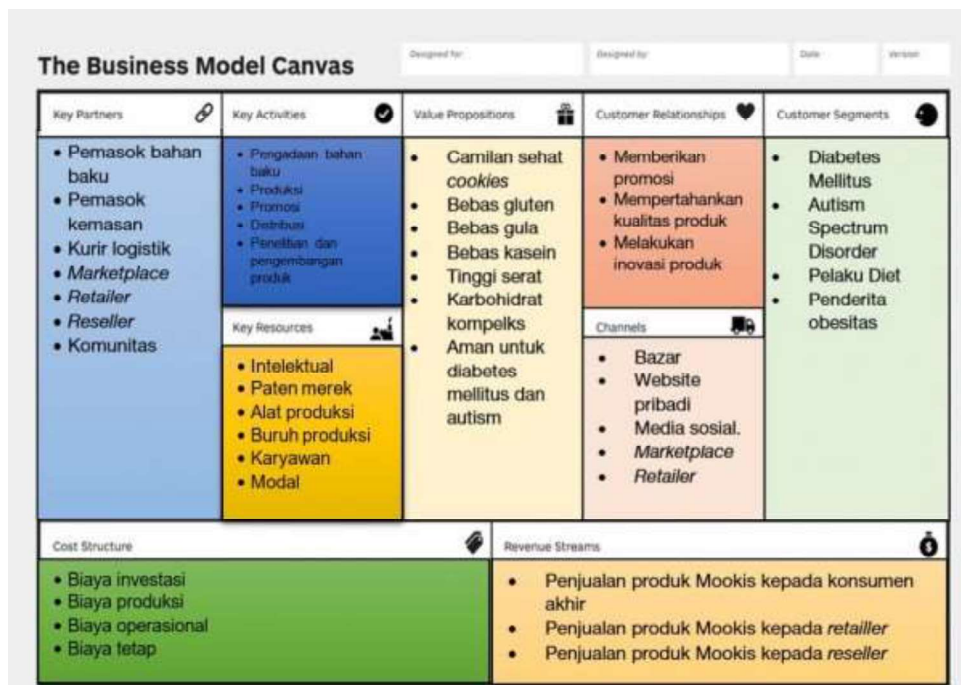
Gambar7. Produk susu kedelai dan kembang tahu



Gambar8. Proses pelatihan pembuatan tepung ampas susu kedelai

Pelatihan Bisnis dengan Business Model Canvas

Kegiatan ini diadakan di Kampung Bojong Sempu, Cilebut Barat, Bogor dan diawali dengan pengantar Business Model Canvas kepada mitra agar mitra lebih memahami apa yang dimaksud dengan Business Model Canvas. Kemudian mitra akan diajak diskusi dengan pemberian kasus nyata yang sering terjadi dan mitra ditugaskan untuk menganalisa sesuai dengan metode Business Model Canvas (Gambar 9). Evaluasi kegiatan pelatihan kedua ini dilakukan dengan pemberian pre dan post test dan diketahui bahwa setelah pelatihan, pengetahuan dan kemampuan bisnis mitra meningkat.



Gambar9. Contoh pola Business Model Canvas (Tim Daya Tumbuh Usaha, 2019)

Business Model Canvas mendeskripsikan bagaimana nilai dibangun dan disampaikan kepada konsumen pada sebuah kanvas yang terdiri dari 9 blok yang terbagi dalam 4 grup: apa,

bagaimana, siapa dan berapa (Gambar 9) (Henrique Dutra de Abreu Mancini de Azevedo et al., 2018; Wang & Han Hwa, 2019).

Pelatihan Packaging, Branding dan Foto

Untuk pelatihan foto produk, maka mitra diberikan modul yang berisi delapan tips untuk dapat menghasilkan foto produk yang terlihat menarik dan professional, yaitu dengan menggunakan porsi yang kecil, menggunakan alat pendukung seperti alat makan yang memiliki corak yang sederhana, menggunakan pencahayaan yang alami dan reflektor, membuat obyek foto statis, menggunakan aperture yang besar, menggunakan teknik kanan-kiri-belakang, memberikan *space*, dan yang terakhir adalah editing (Hubster, 2021; Murwonugroho, 2019; Murwonugroho et al., 2011; Murwonugroho & Atwinita, 2020).



Gambar9. Diskusi pelatihan packaging, branding dan foto

Pelatihan Pemasaran Online

Mitra diberikan modul pelatihan sesuai tahapan-tahapan berikut yaitu: 1) Identifikasi model bisnis yang akan dilakukan; 2) Pemilihan platform bisnis *online* yang sesuai, dalam konteks PKM



Gambar 10. Konsep Pelatihan Penyiapan Toko *Online* melalui Platform *Market Place*

ini adalah mengarah kepada pemanfaatan platform *market place* yang tersedia untuk publik secara gratis; 3) Menentukan layanan logistik dan pengiriman yang sesuai; dan 4) Persiapan penanganan keluhan jika terjadi sesuatu hal dalam pengiriman dan pembayaran. Konsep pelatihan dan pendampingan tersebut digambarkan pada Gambar 10.

Evaluasi dan Monitoring

Kegiatan evaluasi dan monitoring dilakukan 1 bulan setelah kegiatan pelatihan terakhir. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa terjadi peningkatan luas area pemasaran produk mitra seluas 5 km dan terdapat peningkatan pendapatan mitra dari hasil penjualan produk camilan

sehat berbahan dasar ampas tahu dan kacang kedelai sebanyak 125%.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan ampas tahu dan kacang kedelai yang dilakukan bekerja sama dengan mitra kelompok ibu-ibu dasawisma di Kampung Bojong Sempu, Cilebut Barat, Bogor telah dapat meningkatkan ketrampilan mitra dalam memanfaatkan ampas tahu dan kacang kedelai menjadi produk yang bernilai jual tinggi. Diharapkan mitra dapat lebih meningkatkan produksi camilan sehat ini dengan berinovasi dalam variasi camilan dalam bentuk dan rasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Googlemap. (2022). *pabrik tahu sekiat Cilebut Barat, Bogor*. Googlemaps Online.
<https://www.google.co.id/maps/search/pabrik+tahu+terdekat/@-6.5301267,106.7756788,14z/data=!3m1!4b1!4m8!2m7!3m6!1spabrik+tahu+terdekat!2sCilebut+Bar.,+Kec.+Sukaraja,+Kabupaten+Bogor,+Jawa+Barat!3s0x2e69c394a4905b27:0xc34931b9f3e65e6!4m2!1d106.7957153!2d-6>
- Henrique Dutra de Abreu Mancini de Azevedo, P., Freitas, F., & Vasconcelos Silva, S. (2018). Strategic Model Canvas: Uma Proposta de Ferramenta para Otimizar o Planejamento Estratégico Ambiente Integrado View project Avaliação da Qualidade de Software View project. *Revista de Gestão e Projetos*.
<https://doi.org/10.5585/gep.v9i3.11262>
- Hubster. (2021). *Tips dan Cara Foto Produk Makanan yang Menarik untuk Bisnis Anda | Hubster*. Hubster.
<https://www.hubster.co.id/blog/cara-foto-produk-makanan-yang-menarik>
- Iskandar, et al, 2021. (2021). *Peningkatan Pemasaran Tahu-Tempe Semanan (Drive Thru)*. 04(04), 423–433.
- Murwonugroho, W. (2019). Mediating role of social media in the memorability of street sculpture art: Jogja Street sculpture Project 2017 as case study. *Wacana Seni*, 18(November 2019), 95–124.
<https://doi.org/10.21315/ws2019.18.5>
- Murwonugroho, W., & Atwinita, S. (2020). Pelatihan Penguatan Teknik Dasar Fotografi dan Teknik Lampu Studio pada Sesi Pemotretan Model. *PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(01), 114–122.
- Murwonugroho, W., Piliang, Y. A., EWB, A., & Soenarto, P. (2011). Kajian Visual Pun dalam Retorika Visual Digital Ambient Media di Tengah Ruang Publik. Studi Kasus: Iklan Digital Interaktif. *Prosiding Konferensi Nasional "Inovasi Dalam Desain Dan Teknologi" - IDEaTech 2011*, 462–470.
- Pergimulu. (2021). *Panduan Tips Pergi Liburan Ke Sukaraja - PERGIMULU.COM*. Pergimulu.Com.
<https://pergimulu.com/panduan-tips-pergi-liburan-ke-sukaraja/>
- Prasetyawan, Y., Maulida, N., & Lutvitasari, M. R. (2018). The integration between Business Model Canvas and Manufacturing System Design. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 337(1).
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/337/1/012061>
- Sartika, Y., & Hermiza, M. (2017). Pengaruh penambahan tepung ampas tahu terhadap karakteristik biskuit yang dihasilkan. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 6(1), 1–11.
- Tim Daya Tumbuh Usaha. (2019).

- Merencanakan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Bagian 3)*. Daya.Id.
<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/operasional/merencanakan-bisnis-menggunakan-business-model-canvas-bagian-3->
- Wang, G., & Han Hwa, T. (2019). Designing Business Model Canvas for Motorcycle Rental Based Mobile Application (Case Study at PT XYZ). *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(5), 1841–1855.
<https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/06852019>
- Wibowo, P. T. J., & Setyaningrum, P. M. (2021). *Apa Itu Branding?* Wartaekonomi.
<https://www.wartaekonomi.co.id/read324568/apa-itu-branding>