



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 4, Tahun 2024, pp 798-803

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Peningkatan Nilai Tambah UMKM Catering Melalui Pelatihan Garnish Pada Produk Tumpeng

Nopi Tikasari^{1*}, Dwi Fitra Arreski², Ria Ekanindya W.³, Hurian Kamela⁴

Universitas Terbuka

Email: nopi.tikasari@ecampus.ut.ac.id¹, dwi.fitra.arreski@ecampus.ut.ac.id²,

ria.ekanindya@ecampus.ut.ac.id³, hurian.kamela@ecampus.ut.ac.id⁴

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang catering melalui pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng. Garnish yang menarik dan estetik diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada produk tumpeng, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Pelatihan ini dirancang dengan metode partisipatif, yang melibatkan demonstrasi teknik pembuatan garnish, praktik langsung, serta evaluasi hasil peserta. Setelah mengikuti kegiatan ini, diharapkan para peserta UMKM catering mampu menerapkan teknik garnish yang kreatif pada produk tumpeng mereka, sehingga meningkatkan kualitas tampilan produk. Selain itu, peserta juga diharapkan memiliki pemahaman lebih dalam mengenai pentingnya visualisasi produk dalam meningkatkan daya tarik dan penjualan. Luaran yang diharapkan dari kegiatan PkM ini adalah terdapat peningkatan keterampilan UMKM binaan dalam pembuatan garnish, peningkatan nilai estetik produk tumpeng, dan peningkatan volume penjualan produk. Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ekonomi lokal melalui peningkatan daya saing UMKM di pasar.

Kata Kunci: *UMKM, Catering, Garnish, Ekonomi, Penjualan.*

Abstract

This community service (PkM) activity aims to increase the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the catering sector through training in making garnishes for tumpeng products. Attractive and aesthetic garnishes can add value to tumpeng products, attracting consumer attention and increasing sales. This training was designed using a participatory method, which involved imposing garnish-making techniques, direct practice, and evaluating participants' results. After participating in this activity, it is hoped that the MSME catering participants can apply creative garnishing techniques to their tumpeng products, thereby improving the quality of the product's appearance. Participants are also expected to have a deeper understanding of the importance of product visualization in increasing attractiveness and sales. The expected output from this PkM activity is that there will be an increase in the skills of the assisted MSMEs in making garnishes, an increase in the aesthetic value of tumpeng products, and an increase in product sales volume. Apart from that, this training can contribute to developing the local economy by increasing the competitiveness of MSMEs in the market.

Keywords: *MSMEs, Catering, Garnish, Economy, Sales.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah yang kemudian disingkat UMKM bukan menjadi suatu hal yang asing dalam masyarakat. Di setiap daerah sudah pasti tersebar unit usaha yang tergolong pada UMKM. Aktivitas-aktivitas UMKM merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari karena menyangkut pemenuhan kebutuhan masyarakat yakni aktivitas perekonomian dan perdagangan (Sarjana, Sri, et al., 2022).

Dan sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil.

- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. (DJKN, 2023).

Peraturan ini menunjukkan betapa pentingnya peran UMKM dalam perekonomian Indonesia, yang meskipun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tidak sebesar perusahaan besar, tetap memiliki peran vital dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mendukung ekonomi yang berkelanjutan. Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki peranan cukup penting bagi pertumbuhan ekonomi, selain itu UMKM juga memiliki andil dalam penyerapan tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil pembangunan (Lestari et al., 2022). UMKM sebagai sektor yang menunjukkan mampu terus berkontribusi meski jika dilihat dari skala hasil yang disumbangkan terhadap PDB tidak sebesar perusahaan besar namun kontinuitas dan konsistensi dari sumbangsih UMKM terhadap pendapatan negara mengindikasikan kemampuannya menopang kondisi perekonomian untuk dapat terus berjalan berkelanjutan secara konsisten dan menjadi lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja produktif dengan pendidikan mereka yang tidak tinggi sebagai sumber pendapatan, pengurangan pengangguran, bentuk pemerataan distribusi pendapatan (Novitasari, 2022). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di sektor kuliner. Namun, tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk seringkali menjadi hambatan utama bagi UMKM, termasuk kelompok UMKM kuliner yang tergabung dalam Komunitas UMKM Catering Tangerang Selatan (UCTS). UMKM Home Catering adalah perusahaan jasa yang memberikan produk berupa makanan dan minuman bergerak pada bidang kuliner (Rizqya, N. 2020).

UCTS, yang didirikan pada tahun 2017, menaungi sekitar 30 UMKM di berbagai kecamatan seperti Pamulang, Ciputat, Pondok Aren, dan Serpong. UCTS berfokus pada usaha catering, produksi makanan kering, warung, dan nasi kotak, yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi serta penyediaan lapangan kerja di tingkat local. Kuliner berasal dari kata *culinary* yang berarti dapur. Sehingga kuliner selalu dikaitkan dengan dapur dan memasak. Bisnis kuliner merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan mengolah bahan nabati atau hewani menjadi suatu produk yang dapat dikonsumsi. Bisnis kuliner sendiri sudah berdiri sejak lebih dari 250 tahun yang lalu (Putra, Arif, et al., 2022).

UMKM Catering Pawon Gusti di Desa Surondakan, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek menjelaskan bahwa terdapat tingkat persaingan yang cukup tinggi dalam industri restoran atau catering. Berkompetisi dalam usaha, yang berarti berkompetisi secara sehat dan tidak merugikan pihak lain, sesuai dengan ajaran Islam. UMKM Catering Pawon Gusti menggunakan strategi untuk mengubah produk, kualitas pelayanan, karyawan, jalur distribusi, dan citra untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Nikmah & Siswahyudianto, 2022).

Salah satu contoh strategi bisnis yaitu mengubah citra produk dan hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memperkuat brand. Setiap perusahaan membutuhkan merek produk atau jasa untuk menjalankan bisnisnya dan bersaing di pasar. Membangun brand membutuhkan strategi branding yang tepat dan efektif. Branding adalah aspek terpenting dalam bisnis. Hal yang paling penting untuk diketahui tentang branding adalah dapat digunakan untuk membedakan produk atau layanan perusahaan dari pesaing lainnya. Oleh karena itu, branding adalah proses meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Dieva & Dermawan, 2023)

Sementara UMKM di sektor catering menghadapi banyak tantangan, potensi kontribusi ekonomi mereka masih besar. Untuk mempertahankan dan berkembang, diperlukan kebijakan yang mendukung dan praktik inovatif. Pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng sangat penting bagi UMKM di bidang catering, karena garnish yang menarik tidak hanya meningkatkan kualitas visual produk, tetapi juga menambah nilai tambah (*value added*) yang berpotensi untuk meningkatkan penjualan. Bisnis catering yang menonjolkan daya tarik estetika dan garnish ramah lingkungan sering kali lebih disukai, terutama bagi konsumen yang memperhatikan aspek keberlanjutan. Di lingkungan catering, penggunaan garnish dapat memperkuat citra ramah lingkungan yang pada gilirannya meningkatkan nilai ekonomi produk (Grishkina, Svetlana, et al., 2021). Dalam industri makanan, tampilan visual memegang peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, karena makanan yang terlihat estetik dan menggugah selera lebih diminati oleh pelanggan. Garnish yang kreatif pada tumpeng dapat menciptakan kesan eksklusif dan unik, yang membedakan produk tersebut dari kompetitor.

Banyak pemasar menyakini bahwa dari keseluruhan faktor yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian, faktor psikologis merupakan faktor yang paling besar pengaruhnya dalam menentukan

perilaku pembelian konsumen (Haque-Fawzi, M.G. et al., 2023). Dalam menikmati makanan, persepsi visual memainkan peran besar dalam memengaruhi cita rasa yang kita rasakan secara subjektif. Dalam ilmu mengenai nafsu makan, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketika kita menilai kualitas makanan dalam keseharian, kita banyak mengandalkan informasi yang kita peroleh dari penglihatan atau *visual* pribadi (Nakamura & Nakata. 2021). Pengalaman visual yang memuaskan dapat memicu emosi positif, yang mendorong konsumen untuk membeli produk. Dengan tampilan garnish yang kreatif dan menarik, produk tumpeng dapat memiliki daya tarik yang lebih tinggi, sehingga memberikan keunggulan kompetitif di pasar catering.

Kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan (Mulyani dan Soeprpto, 2024). Penggunaan garnish yang estetik merupakan bagian dari inovasi dalam presentasi yang dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan garnish diharapkan dapat meningkatkan kreativitas UMKM dan berdampak positif terhadap penjualan mereka. Selain itu, tumpeng yang dihias dengan garnish kreatif memberikan kesan lebih mewah dan premium, yang memungkinkan UMKM untuk menaikkan harga jual produknya. Pelanggan sering bersedia membayar lebih untuk produk yang terlihat berkualitas tinggi. Selain meningkatkan penjualan, penambahan garnish yang menarik juga meningkatkan pengalaman pelanggan, mendorong loyalitas, dan memperbesar peluang pembelian ulang serta rekomendasi dari mulut ke mulut.

Secara keseluruhan, pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng tidak hanya dapat meningkatkan estetika produk, tetapi juga membantu UMKM di sektor catering, khususnya dalam Komunitas UMKM Catering Tangerang Selatan (UCTS), untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif. Produk tumpeng yang dihias dengan garnish kreatif berpotensi lebih sukses, terutama dalam memenuhi permintaan untuk acara-acara khusus yang sering kali membutuhkan dekorasi makanan yang menarik. Dengan demikian, pelatihan ini berpotensi menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, dan meningkatkan penjualan serta keuntungan UMKM.

METODE

Program pendampingan UMKM yang dijalankan oleh Jurusan Akuntansi Universitas Terbuka untuk Komunitas UMKM Catering Tangerang Selatan (UCTS) melibatkan tiga tahap pelaksanaan yang terstruktur dan komprehensif. Setiap tahap memiliki fokus dan metodologi yang spesifik untuk memastikan efektivitas pelatihan dan pendampingan. Tahapan Metode kegiatan yang dilakukan, sebagai berikut: a) Perencanaan dan Sosialisasi, yakni tahap awal program ini meliputi pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) dan sosialisasi mengenai jadwal pelatihan dan pendampingan. Dalam FGD, tim pengusul mengidentifikasi kebutuhan serta tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing produk. Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang program, termasuk tujuan, waktu pelaksanaan, serta metode pelatihan yang akan diterapkan. b) Partisipasi dan Pendampingan Mitra, dilakukan dengan menekankan pentingnya keterlibatan aktif dari UMKM dalam seluruh proses pendampingan. Sebelum pelatihan dimulai, tim melakukan survei awal untuk menilai kondisi, permasalahan, dan potensi UMKM. Berdasarkan hasil survei, tim menyusun program pendampingan yang terperinci, mencakup jadwal pelatihan, pendampingan teknis, dan evaluasi. Keterlibatan mitra sangat diutamakan pada tahap ini agar UMKM tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pelaku aktif yang memahami dan menerapkan praktik-praktik yang diajarkan selama pendampingan. c) Pelatihan dan Praktik Pembuatan Garnish, merupakan inti dari program, di mana pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng dilaksanakan. Pelatihan dipimpin oleh instruktur berpengalaman, salah satunya adalah Ibu Dina, yang mengajarkan teknik membuat garnish dari bahan-bahan seperti buah pepaya muda. Peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk praktik langsung dengan bimbingan instruktur. Partisipasi aktif peserta sangat tinggi, ditunjukkan melalui antusiasme mereka dalam mencoba teknik-teknik baru yang dapat meningkatkan nilai estetika produk tumpeng. Selain keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana garnish yang kreatif dapat menambah nilai jual produk. d) Evaluasi dan Pelaporan, yakni evaluasi dilakukan pada dua tahap: evaluasi proses dan evaluasi hasil.

Evaluasi proses dilakukan secara berkala selama pelatihan berlangsung untuk memastikan keterlibatan peserta dan keberhasilan dalam memahami materi yang diajarkan. Tim pelaksana melakukan penilaian terhadap respons dan kemajuan peserta melalui observasi langsung serta diskusi kelompok kecil. Umpan balik dari peserta juga dikumpulkan untuk meningkatkan kualitas pelatihan. Evaluasi hasil dilakukan pada akhir program dengan mengukur keterampilan yang telah dikuasai oleh peserta, terutama dalam penerapan teknik pembuatan garnish. Peserta diminta untuk mempresentasikan hasil karya mereka dan mendapatkan evaluasi dari instruktur mengenai aspek visual dan kreativitas. Hasil evaluasi ini juga mencakup penilaian terhadap dampak pelatihan terhadap peningkatan nilai jual produk dan

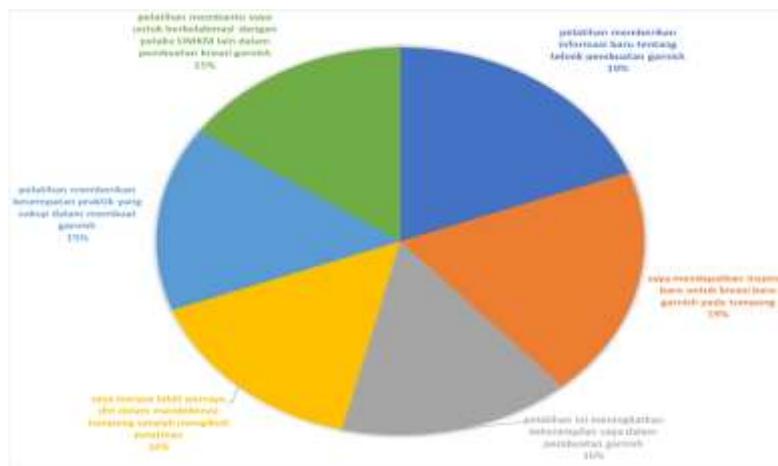
kepuasan pelanggan setelah implementasi garnish pada produk tumpeng mereka. Pelaporan dilakukan oleh tim pelaksana dalam bentuk laporan tertulis yang mencakup seluruh tahapan kegiatan, hasil evaluasi, serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Laporan ini juga disertai dengan dokumentasi kegiatan, foto hasil praktik, serta testimoni peserta. Selain itu, pelaporan ditujukan untuk menilai keberhasilan program dalam memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kualitas dan penjualan produk UMKM.

Dengan adanya evaluasi dan pelaporan yang komprehensif, program ini diharapkan dapat memberikan dampak yang nyata bagi pengembangan UMKM serta memberikan masukan untuk pelatihan serupa di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UKM telah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional dan semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk terlibat dalam usaha kecil dan menengah dengan harapan memperoleh keuntungan lebih besar. Namun, dengan semakin banyaknya pelaku usaha, persaingan di antara mereka pun meningkat. Untuk bertahan dan unggul dalam persaingan, pelaku usaha memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu strategi yang terbukti efektif adalah pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Dengan di dukunginya media sosial maka promosi *word of mouth* dapat berkembang dengan cepat hanya dalam beberapa detik dengan menggugahnya dan menyebarluaskan ke sosial media. Penyebaran informasi yang besar dari satu orang dan berkembang terus akan menjadi viral bagi dunia maya. Viral marketing yang positif akan memberi dampak positif terhadap produk tersebut, tetapi virak yang negatif akan memberi dampak dua sampai tiga kali lipat yang akan merugikan perusahaan (Haque-Fawzi, M.G. et al., 2023).

Pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng yang dilaksanakan pada tahun 2023 oleh Universitas Terbuka bagi UMKM catering di Tangerang Selatan mendapat sambutan yang positif dari peserta. Berikut ini adalah gambaran grafik evaluasi pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng untuk peningkatan nilai tambah dan penjualan umkm di bidang catering.



Gambar 1. Grafik Evaluasi Pelatihan

Berdasarkan grafik evaluasi pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng, berikut adalah hasil dan pembahasan yang dapat diambil dari data tersebut: 1) Pemberian Informasi Baru: Garis biru pada grafik menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memberikan informasi baru tentang teknik pembuatan garnish. Rata-rata nilai yang tinggi pada kolom ini menunjukkan bahwa peserta merasa bahwa pelatihan ini sangat informatif dan memberikan pengetahuan yang sebelumnya tidak mereka ketahui. Hal ini menegaskan pentingnya pendidikan dan pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan teknis pelaku UMKM. 2) Inspirasi untuk Kreasi Baru: Garis merah mewakili aspek inspirasi baru yang diterima peserta untuk kreasi garnish pada tumpeng. Peningkatan dalam kolom ini menandakan bahwa pelatihan tidak hanya mengedukasi tetapi juga menginspirasi peserta untuk lebih kreatif dalam menghias tumpeng. Peserta merasa termotivasi untuk mengeksplorasi lebih jauh dalam kreasi garnish mereka, yang dapat memicu inovasi dalam produk yang ditawarkan. 3) Peningkatan Keterampilan: Garis hijau menunjukkan seberapa besar pelatihan ini mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam pembuatan garnish. Walaupun nilai pada kolom ini tidak setinggi dua kolom sebelumnya, tetap menunjukkan hasil positif. Peserta merasa mereka telah belajar keterampilan baru yang dapat diterapkan

langsung dalam usaha mereka, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas produk.

Secara keseluruhan, hasil grafik evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan garnish berhasil mencapai tujuannya dalam memberikan informasi, inspirasi, dan keterampilan kepada peserta. Dengan dukungan dan pelatihan yang berkelanjutan, UMKM di bidang catering dapat meningkatkan nilai tambah (*value added*) dan daya saing produk tumpeng mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan mereka di pasar. Efektivitas pelatihan ini juga tercermin dalam antusiasme peserta yang aktif terlibat dalam sesi praktik.

Penggunaan garnish yang kreatif dapat mempercantik tampilan tumpeng, yang pada akhirnya meningkatkan daya tarik visual produk, membuatnya lebih kompetitif di pasar. Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga memotivasi peserta untuk terus berinovasi dalam menciptakan tampilan produk yang menarik.

Tingginya nilai pada ketiga aspek menunjukkan bahwa peserta berpartisipasi aktif dan merasa terlibat dalam pelatihan. Hal ini penting untuk menciptakan lingkungan belajar yang produktif dan menyenangkan. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan proses pembelajaran, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan kolaborasi di antara peserta. Peserta pelatihan, yang sebagian besar telah menjalankan usahanya selama lebih dari tiga tahun, juga merasa bahwa pelatihan ini memberikan inspirasi baru dalam mengembangkan kreasi tumpeng. Evaluasi menunjukkan bahwa partisipasi aktif peserta dalam praktik pembuatan garnish sangat tinggi, yang mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang digunakan efektif dalam menumbuhkan keterampilan baru.

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas peserta merasa bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dalam memberikan pengetahuan baru mengenai teknik pembuatan garnish yang belum pernah mereka coba sebelumnya. Garnish yang menarik dan estetik terbukti memberikan nilai tambah pada produk tumpeng, sehingga meningkatkan daya jualnya di pasar.

Umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa pelatihan serupa diharapkan dapat diadakan secara berkala, dengan durasi yang lebih panjang agar peserta dapat lebih mendalami teknik yang diajarkan. Mereka juga mengakui bahwa penambahan garnish yang menarik tidak hanya meningkatkan estetika produk tetapi juga memperluas pangsa pasar dan membantu menarik konsumen baru serta mempertahankan pelanggan lama.



Gambar 2. Penyampaian Materi dari Ibu Dina dan Praktik Pembuatan Garnish

Rekomendasi untuk Pelatihan Selanjutnya: Penelitian mendatang, diharapkan agar pelatihan diadakan secara rutin dengan peningkatan waktu durasi pelatihan untuk mendalami lebih banyak teknik dan inspirasi. Selain itu, penting juga menambahkan materi pelatihan terkait dengan cara pemasaran dengan menggunakan sosial media sesuai dengan perkembangan saat ini. Dengan demikian, peserta dapat lebih memanfaatkan materi pelatihan untuk meningkatkan kualitas produk dan penjualannya di pasar. Rekomendasi ini juga mencakup perlunya variasi dalam metode pengajaran agar dapat menjangkau berbagai gaya belajar peserta.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini berhasil mencapai tujuan utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di bidang catering melalui pelatihan pembuatan garnish pada produk tumpeng. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memperoleh pengetahuan baru, inspirasi, dan keterampilan yang signifikan dalam teknik pembuatan garnish. Peningkatan keterampilan ini tidak hanya memperbaiki estetika produk tumpeng, tetapi juga memberikan nilai tambah yang dapat meningkatkan daya jual di pasar.

Partisipasi aktif peserta selama pelatihan menandakan bahwa metode partisipatif yang diterapkan efektif dalam mendukung proses pembelajaran. Peserta merasa termotivasi untuk berinovasi dan menerapkan teknik-teknik yang diperoleh dalam usaha mereka. Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model bagi pelatihan serupa di masa depan, dengan penekanan pada keberlanjutan dan pengembangan keterampilan lebih lanjut.

Melalui pelatihan ini, UMKM di Komunitas UMKM Catering Tangerang Selatan (UCTS) telah memperkuat posisinya dalam pasar yang semakin kompetitif. Diharapkan, dengan dukungan pelatihan yang terus-menerus, UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk mereka, menarik lebih banyak pelanggan baru, serta memperkuat loyalitas pelanggan lama. Dengan demikian, kontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal dapat terwujud, sejalan dengan upaya meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha kecil dan menengah di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan jurnal ini dengan judul "Peningkatan Nilai Tambah UMKM Catering melalui Pelatihan Garnish pada Produk Tumpeng". Kami menghargai dukungan dari para narasumber yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman berharga, serta peserta pelatihan yang antusias dalam mengembangkan keterampilan mereka. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Universitas Terbuka dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, serta tim penyusun yang telah bekerja keras untuk mewujudkan karya ilmiah ini. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pelaku UMKM di bidang catering untuk meningkatkan kualitas produk mereka, khususnya pada produk tumpeng.

DAFTAR PUSTAKA

- DJKN Kemenkeu. (2023). Mengenal program pembinaan UMKM Kemenkeu satu. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-medan/baca_artikel/15879/Mengenal-Program-Pembinaan-UMKM-Kemenkeu-Satu-Tahun-2023.htm
- Dieva, D. P., & Dermawan, R. (2023). PENGEMBANGAN UMKM MELALUI OPTIMALISASI BRANDING PADA "BILA CATERING" DESA TEGALREJO, PROBOLINGGO. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(03), 120–129. <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i03.643>
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN: Konsep, Teori dan Implementasi. Manual. Gramedia e-Book (Pascal Books), Tangerang Selatan.
- Lestari, S. P., Haryono, A. T., & Febrianto, A. R. (2023). Ketahanan UMKM Menghadapi Masa Pandemi Covid (Studi Kasus Pada UMKM Olahan Pangan dan Toko Klontong di Kota Semarang). *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1). Retrieved from <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/Semnas/article/view/1236>
- Mulyani, M., & Soeprapto, V. S. (2024). Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Chick'n Mentai Burger, Pada Pranita Rasa Vegetarian. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 10(2), 136–144. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.517>
- Nakamura, K., & Nakata, M. (2021). With a Hint of Sudachi: Food Plating Can Facilitate the Fondness of Food. *Frontiers in Psychology*, 12, 699218. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.699218>
- Nikmah, M. & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)* Vol. 9 No. 2 (Desember 2022) 184-204. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/download/13703/5398>
- Grishkina, S., Berezyuk, V., Sidneva, V., Safonova, I., & Shcherbinina, Y. (2021). Development of Industrial Catering and Its Influence on Changing Climate Conditions. *Journal of Environmental Management and Tourism*, [S.l.], v. 12, n. 5, p. 1188-1203. ISSN 2068-7729. <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/6346>
- Putra, A. R., Ernawati, J., Anjanarko, T. S. & Retnowati, E. (2022). Creative Economy Development Efforts in Culinary Business. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*. 2. 21-26. DOI:10.56348/jos3.v2i1.17. https://www.researchgate.net/publication/363374546_Creative_Economy_Development_Efforts_in_Culinary_Busines.
- Sarjana, S., Susandini, A., Azmi, Z., Ratnasari, K., Luhgiatno, & Noviany, H. (2022). MANAJEMEN UMKM: Konsep dan Strategi di Era Digital. Manual. CV. Eureka Media Aksara, Purbalingga, Jawa Tengah.