

INOVASI PRODUK & VALIDASI BISNIS MODEL USAHA KULINER FROZEN FOOD PEKERJA MIGRAN INDONESIA DI TAIWAN MENGGUNAKAN DESIGN THINKING DAN BISNIS MODEL KANVAS

Khomsatul Kamilah, Beni Dwi Komara

Progran Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has forced social restrictions, but important activities that support life must continue. Among them is learning to develop business and innovate products for Indonesian Migrant Workers / PMI. PMI's online entrepreneurial workshop in Taiwan is designed to provide knowledge, skills and an entrepreneurial mentality so that they can be used to open a business when they return home. The purpose of this study was to determine the process of product innovation and validation of frozen food culinary business conducted by PMI Taiwan using Design Thinking and business model canvas. This study uses a qualitative method through a PAR (Participatory Action Research) approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The researcher participated in the workshop as a facilitator. Data analysis using Miles and Huberman. The results of the research on the frozen food culinary business innovation process begin with determining customers, namely housewives who need additional income while at home. The defined target customer opportunity is how we can ensure the quality of online products even though they are new players. The solution offered is to open online and offline stores that provide selected products that pass quality control, have the join reseller feature, and provide discounts. The product prototype is in the form of a web and using Instagram for post-PMI outlets complete with product catalog features, ordering & payment methods and discount product features. Testing the prototype to the customer received a positive response and there were several improvement features. The designed business model has also been validated through the partner element and the target customer element. As a result, wholesale frozen food distributors, packaging suppliers and logistics couriers have been validated and are willing to cooperate. A number of targeted customers also validly state that the solutions we offer can solve their problems.

Keywords: Product Innovation, Business Model Validation, Culinary Business, COVID-19 Pandemic.

Correspondentto :khomsatulkamilah@gmail.com, benikomara@umg.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memaksa dilakukannya pembatasan sosial, namun kegiatan penting yang menunjang kehidupan harus terus berjalan. Diantaranya adalah belajar mengembangkan bisnis dan berinovasi produk untuk Pekerja Migran Indonesia / PMI. Workshop onlinewirausaha PMI di Taiwan dirancang untuk memberikan ilmu, keterampilan dan mentalitas kewirausahaan agar bisa digunakan membuka usaha ketika kembali pulang ke tanah air. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses inovasi produk dan validasi usaha kuliner frozenfood yang dilakukan PMI Taiwan dengan menggunakan Design Thinking dan bisnis model kanvas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan PAR(ParticipatoryActionResearch). Teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara dan dokumentasi. Peneliti ikut serta dalam pelaksanaan workshop sebagai fasilitator. Analisis data menggunakan Miles andHuberman. Hasil penelitian proses inovasi usaha Kuliner frozenfood diawali menentukan customer, yaitu ibu rumah tangga yang memerlukan penghasilan tambahan selama di rumah. Peluang target customer yang didefinisikan adalah bagaimana kita bisa meyakinkan kualitas produk

online meskipun pemain baru. Solusi yang ditawarkan membuka toko online dan offline yang menyediakan produk terpilih yang lulus qualitycontrol, memiliki fiturjoinreseller, dan memberikan diskon. Prototype produk berupa web dan menggunakan instagram gerai purna PMI yang lengkap dengan fitur produk katalog, cara pemesanan & pembayaran dan fitur produk diskon. Testing prototype kepada customer mendapatkan respon positif dan ada beberapa fitur penyempurnaan. Model bisnis yang dirancang juga sudah divalidasi melalui elemen partner dan elemen target customer. Hasilnya distributor frozenfood grosir, pemasok kemasan dan kurir logistic sudah tervalidasi bersedia diajak kerjasama. Sejumlah customer yang ditargetkan juga valid menyatakan bahwa solusi yang kita tawarkan bisa menyelesaikan permasalahan mereka.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Validasi Bisnis Model , Bisnis Kuliner, Pandemi COVID-19.



PENDAHULUAN

pandemi Covid-19 mengharuskan untuk selalu belajar mengembangkan bisnis dengan inovasi dan terus berjalan. Wabah virus yang berasal dari china memberikan tekanan perekonomian global sehingga munculnya ketakutan karena harga-harga yang berada di tingkat internasional, komoditas sampai harga minyak dunia terdampak.. ketidakpastian dan perubahan pola bisnis atau usaha yang begitu cepat mengharuskan PMI (Pekerja Migran Indonesia) untuk selalu belajar mengetahui cara agar bisa bertindak dengan baik dalam berwirausaha. CLC Bhakti Jaya Indonesia, Kedai Reka, Dan Universitas Muhammadiyah Gresik, Telah berupaya dalam melakukan kolaborasi dengan mengadakan workshop online kewirausahaan untuk PMI di Taiwan agar supaya dapat menghasilkan kepemilikan usaha saat pulang ketanah air, materi praktik yang diajarkan disampaikan oleh trainer kewirausahaan sekaligus pemateri terhadap para peserta workshop online adalah model efektuasi, design thinking dan model bisnis kanvas. *Frozen Food* Merupakan salah satu usaha yang dijalankan PMI purna taiwan setelah mengikuti workshop online wirausaha, memiliki ciri khasnya, dalam menawarkan berbagai menu makanan beku yang menyesuaikan kebutuhan konsumen.

(Damanpour 1991, 1996). Menyebutkan bahwa Penelitian inovasi yang sama terdapat dua jalur yaitu: inovasi pemasaran dengan objek usernya adalah konsumen. Yang kedua inovasi organisasi yang memfokuskan pada organisasi yang bertujuan untuk menciptakan inovasi dari bisnis model menggunakan analisis dan organisasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses inovasi produk dan validasi usaha kuliner frozen food yang dilakukan PMI Taiwan dengan menggunakan Design Thinking dan bisnis model kanvas. penerapan desain dilakukan berdasarkan pada 5 tahap yaitu: (1) Empathy (2) Define (3) Ideate (4) Prototype dan (5) test. (Ardian.2018). (kelly&Brown. 2018). Design thinking adalah pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap motivasi yang diambil dari perangkat perancang untuk mengintegrasikan kebutuhan orang-orang, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis.

Pedagang kecil merupakan pelaku ekonomi yang tentunya banyak persaingan dari pedagang ritel modern dimana akan membuat terguncangnya ekonomi, maka dari itu para komponen bangsa, pemerintah, stakeholder, investor, dan masyarakat harus saling mendukung dan melindungi serta bekerja sama dalam mengatasi dan melawan krisis ekonomi global di tengah pandemi covid-19. (Komara. 2019). Para pelaku UKM di indonesia harus menghadapi perubahan di era industri saat ini industri 4.0 membutuhkan kapasitas usaha kecil menengah untuk memanfaatkan peralatan produksi menuju era industri 5.0, bagaimana bisnis selalu memiliki kemampuan, pemahaman dan melek digital agar dapat bersaing di era industri. (Kurniawan. 2018).

Dalam buku business model generation dan sembilan blok bangunan dasar pada sebuah bisnis model yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang gabungan sembilan blok tersebut disebut bisnis model (BMC) dimana mencakup empat bidang utama dalam bisnis: pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelangsungan finansial (Alexander osterwalder dan yvespigneur. 2012: 15). Validasi merupakan sebuah proses pengujian data terhadap responden untuk

mengetahui data tersebut valid. Proses validasi bisnis model diawali dari praktik peserta workshop wirausaha PMI taiwan, setelah diberi materi dan penjelasan melalui efektivasi, design thinking dan model bisnis canvas. Islam mewajibkan seluruh umat islam berbisnis dengan membedakan antara yang halal & haram, namun tidak semua kegiatan ekonomi dan bisnis disebutkan dalam Al-qur'an dan Hadits karena kegiatan dan aktivitas tersebut dapat meluas dan berkembang seiring kemajuan global dan zaman.

Covid-19 merupakan penyakit dengan tingkat penyebaran yang tergolong cepat karena penyakit tersebut secara khusus menyerang pernafasan manusia dan saat ini virus Covid-19 bermutasi dan mempunyai banyak varian dan gejala yang berbeda-beda. (Rothan & Byrareddy, 2020). Bisnis usaha kuliner saat ini sangat berpotensi cukup menjanjikan karena semua orang bisa melakukan bisnis di bidang kuliner ini meskipun tidak terlalu ahli dalam memasak sejak adanya Covid-19.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode PAR (Participatory Action Research) PAR merupakan metode dimana peneliti di posisikan sebagai penghasil pengetahuan yang tidak hanya berdampak pada fenomena yang diteliti mereka membawa nilai-nilai ke dalam proses penelitian, memudahkan dalam penelitian di program workshop online, peneliti ikut serta dalam pelaksanaan workshop sebagai fasilitator. metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Responden yang bersedia memberikan sumber penelitian sebagai berikut: 1 Pemateri Workshop Online. 2 Fasilitator Yang Mendampingi Saat Workshop Online Berlangsung. dan 8 Peserta Rombel 06 (Rombongan Belajar). Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang usaha kuliner frozen food dan hasil positif dari observasi, wawancara dan dokumentasi di peroleh dari responden atau subjek penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Perencanaan Inovasi Untuk Bisnis Frozen Food dengan Design Thinking

1. Empathize

Empathy memahami masalah konsumen dengan tepat, customer yang dipilih peserta rombel 6 ini adalah ibu rumah tangga alasannya karena jumlahnya besar, tumbuh di masa depan dan mereka mengenal dengan baik dalam hal mendapatkan penghasilan tambahan, adapun context yang dipilih adalah dapat membantu ibu rumah untuk mengisi waktu kosong, yang punya banyak waktu luang produktif, punya skill untuk dijadikan finansial, dan untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Sebelum tahapan define peserta melakukan 4 interview, yaitu need to do apa yang perlu dilakukan, Pain apa yang menjadi masalah customer, Gain apa harapan customer, dan clarify untuk memastikan apakah Pain/Gain adalah prioritas yang diutamakan.

2. Define

Define memilih mendefinisikan permasalahan customer yang akan diselesaikan, yaitu problem worth solving; customer belum memutuskan membeli karena belum yakin dengan kualitas produk kita, dalam *Opportunity Statement Canva*. Terdapat *How*

Might We. Bagaimana kita bisa menyakinkan kualitas produk online kita meskipun pemain baru. Untuk ibu rumah tangga agar supaya membeli produk online kita.

3. Ideate

Ideate yaitu mengumpulkan sebanyak-banyaknya ide yang bisa menjadi solusi dan memilih alternatif solusi. Pada tahapan ideate ini para peserta melakukan *lighting demo* di mana peserta mencari ide yang ada saat ini sesuai *context* yang sudah di tentukan yang dapat menyelesaikan masalah user dengan cara googling menganalisa keunggulan dan kelemahan. Kemudian melakukan *crazy 8* membuat sketsa atau menggambar 8 ide masing- masing 1 menit melakukan secara individual. Para peserta berdiskusi di breakoutroom yang didampingi fasilitator rombel masing-masing menentukan 1 ide yang cocok dengan solusi yang diinginkan customer. Solusi utama yang ditawarkan adalah *QualityControlProduct Yang* diberi nama toko online gerai purna PMI.

Setelah selesai para peserta menyampaikan secara singkat ide yang sudah di gambar kepada kelompok. Kemudian setiap peserta melakukan *solutionsketch* atau membuat satu kesimpulan. dan yang terakhir ke *solutiongallery*. Yaitu setiap kelompok menyepakati solusi yang sudah di buat memastikan solusi tersebut bisa menjawab *howmightwe* dan dapat membantu pelanggan mencapai “*in theto*”.

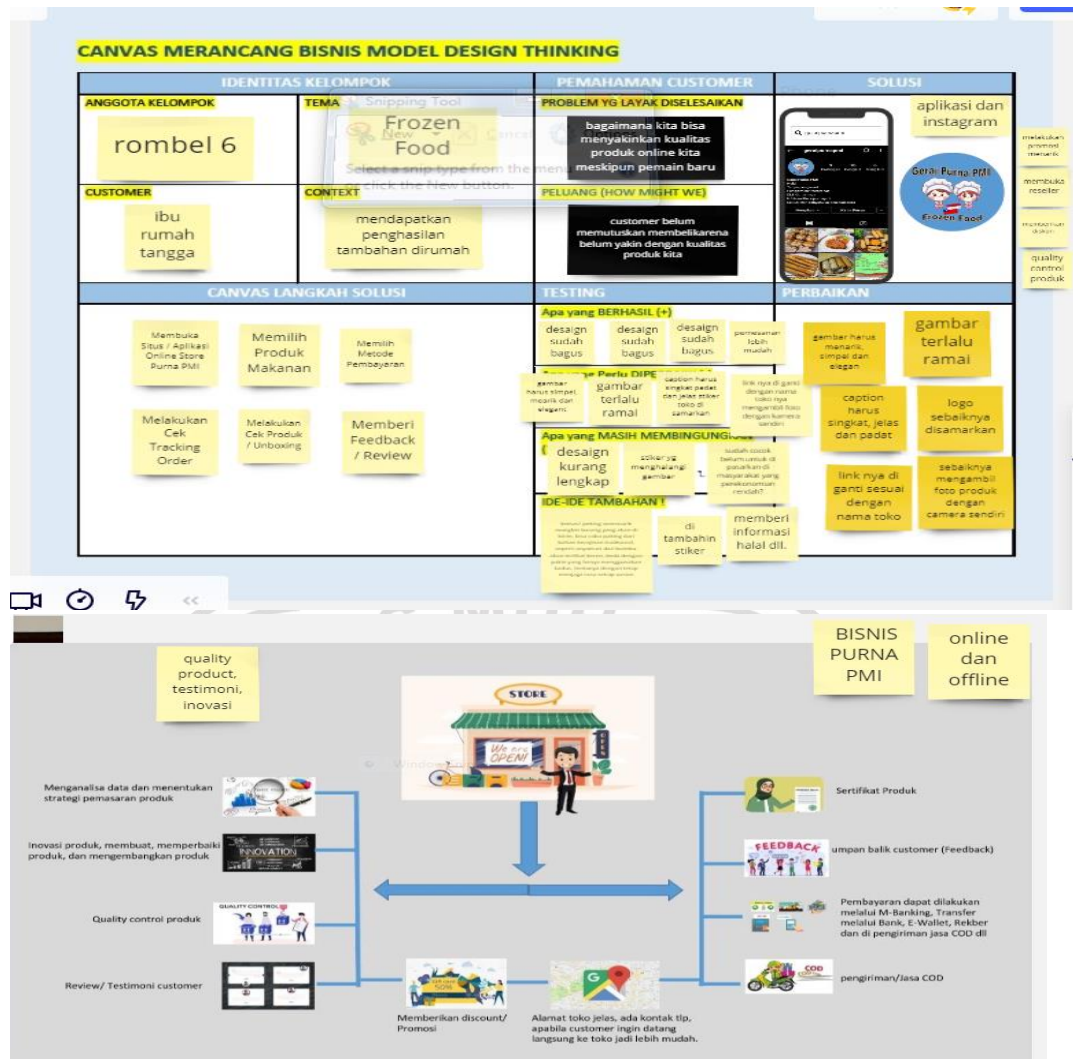
4. Prototype

Prototype membuat representasi visual dari solusi agar menjadi konkrit dan bisa di indera/ dirasakan. Membuat *storyboarding* membuat sketsa perjalanan bagaimana konsumen bisa memahami solusi kita. Ketepatan solusi menyelesaikan masalah customer bentuk prototyperombel 6 adalah aplikasi dan media sosial instagram. Yaitu bisnis purna PMI aplikasi onlinestorepurna PMI. Langkah solusi Customer membuka situs/ aplikasi onlinestorepurna PMI, kemudian memilih produk makanan, memilih metode pembayaran, melakukan cek tracking order, melakukan cek produk/ video unboxing, yang terakhir memberi feedback/ review setelah produk sampai.

5. Test

Test yaitu prototype di uji cobakan untuk mendapatkan umpan balik terkait solusi yang dibuat. melakukan testing ke customer. Secara berkelanjutan agar mendapatkan hasil produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan customernya dari kanvas yang diisi peserta adalah: Apa yang berhasil?. kemasan praktis dan ekonomis, pemesanan mudah. Apa yang perlu diperbaiki: gambar harus menarik, simpel dan elegan, gambar terlalu ramai, caption harus singkat, logo disamarkan. Link diganti sesuai dengan nama toko, dan mengambil foto produk sendiri. Apa yang masih membingungkan?. apakah cocok untuk masyarakat pedesaan, design masih kurang, sticker menghalangi gambar. Dan tes terakhir apa ide tambahan: kemasan menarik, menambah stiker halal.

Test pada solusi ini selanjutnya di perbaiki ke toko online menggunakan media social yaitu instagram dengan nama toko gerai purna PMI aneka makanan beku yang mudah dikonsumsi.



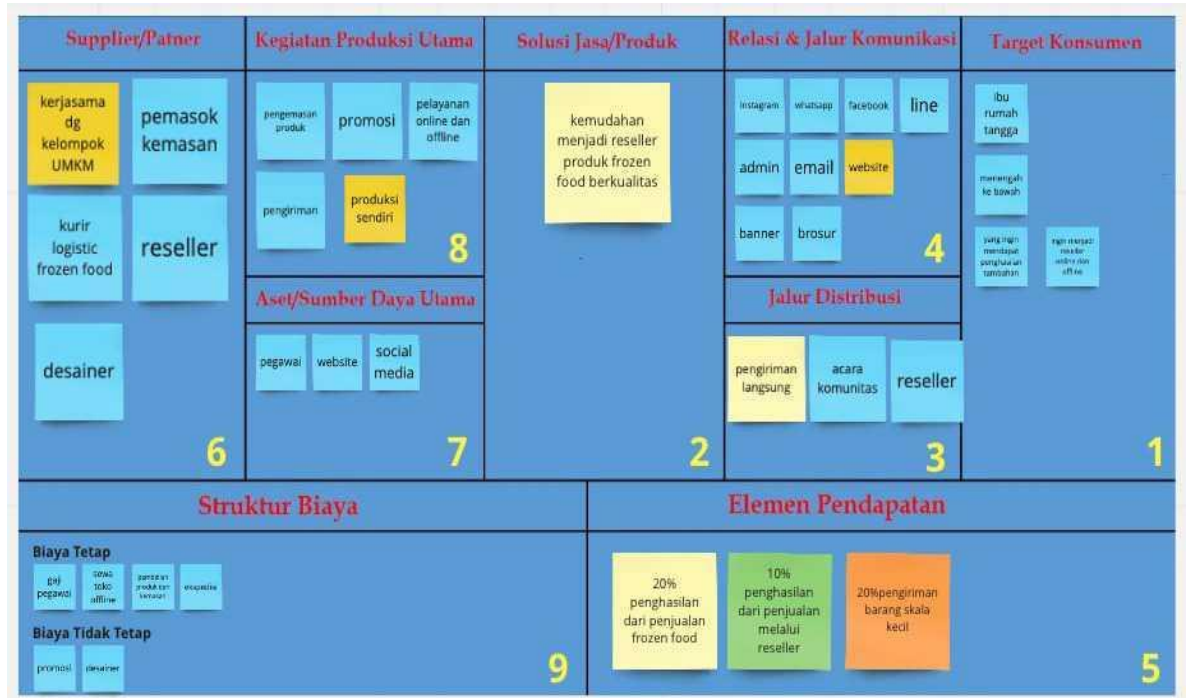
Gambar 4.1 Canvas Design Thinking Frozen Food

2. Merumuskan Bisnis Model Usaha Frozen Food dengan BMC

Adapun rumusan bisnis model canvas pada usaha frozen sebagai berikut:

1. Target Konsumen pada usaha frozen food ini adalah ibu rumah tangga, menengah ke bawah, yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan, ingin menjadi reseller online dan offline.
2. Solusi Jasa/ Produk Yang Ditawarkan: kemudahan menjadi reseller produk frozen food berkualitas.
3. Jalur Distribusi : pengiriman langsung, acara komunitas, reseller.
4. Relasi & Jalur Komunikasi: instagram, whatsapp, facebook, line, admin, email, website, banner, dan brosur.
5. Elemen Pendapatan: 20% penghasilan dari penjualan frozen food, 10% penghasilan dari penjualan melalui reseller, 20% pengiriman barang skala kecil.
6. Supplier/ Partner: kerjasama dengan kelompok umkm, pemasok kemasan, kurir logistic frozen food, reseller, dan desainer.

7. aset/ sumber daya utama: pegawai, website. Social media.
8. Kegiatan Produksi Utama: pengemasan produk, promosi, pelayanan online dan offline, pengiriman dan produksi sendiri.
9. Struktur Biaya: biaya tetap: gaji pegawai, sewa toko offline, pembelian produk kemasan, ekspedisi, biaya tidak tetap: promosi, dan desainer.



Gambar 4.2 Business Model Canvas

3. Validasi Business Model Usaha Frozen Food

Sebelum melakukan validasi mengisi canvas asumsi resiko terlebih dahulu yang terdiri dari 3 hal yaitu: *Desirability*, Apakah diinginkan pelanggan?, *Feasibility*, Apakah bisa dibangun dengan sumber daya yang ada? *Viability*, Apakah usaha ini menguntungkan? Ke tiga kriteria tersebut dilakukan sebelum validasi bisnis model canvas pada usaha frozen food yaitu sebagai berikut:

1. *Desirability*: Diinginkan pelanggan: menengah kebawah, yang ingin mendapat penghasilan tambahan dan reseller.
2. *Feasibility*: Bisa dibangun: distributor frozen food grosir, pemasok kemasan, kurir logistic frozen food dan sosial media. Pengemasan produk, promosi, dan pengiriman.
3. *Viability*: Menguntungkan, 20% penghasilan dari jualan frozen food, 10% penghasilan dari penjualan melalui reseller, pembelian produk dan kemasan, ekspedisi, dan promosi.



Gambar 4.3 Menentukan. Desirability, Feasibility dan Viability

Rencana Percobaan Terdiri Dari:

1. Asumsi: Distributor frozenfood grosir, pemasok kemasan, kurir logisticfrozenfood, dan instagram
2. Percobaan: Telephon/ whatsapp/ sosmed, telepon/ whatsapp/ sosmed, telepon/ whatsapp/ sosmed, telepon/ whatsapp/ sosmed.
3. Target Responden: 3 distributor, 3 pemasok, 3 kurir, 10 customer.
4. Kriteria Valid: 2 dari distributor setuju untuk kerja sama, 1 dari 3 pemasok kemasan setuju untuk kerja sama, 2 dari 3 kurir setuju untuk kerjasama, 7 dari 10 customer setuju di instagram.
5. Sumber Daya:Telepon/ komunikasi via internet. Telepon/ komunikasi via internet. Telepon/ komunikasi via internet.
6. Waktu: 4 hari sampai hari jumat.

Pasca Percobaan:

- 1) Hasil: 2 dari 2 distributor bersedia, 2 dari 2 distributor tidak bersedia, 2 dari 3 distributor bersedia, 1 dari 3 pemasok kemasan bersedia, 1 dari 1 kurir bersedia, 3 dari 3 customer tidak setuju di instagram, 2 dari 2 customer 1 setuju di instagram 1 sering pakai facebook dan wa, 2 dari 2 customer tidak setuju di instagram, 2 dari 4 customer yang setuju menggunakan instagram, 1 dari customer lebih sering melalui facebook dan whatsapp, 3 dari customer ke 3 nya tidak memakai instagram.
- 2) Valid / Tidak Valid: Bu Tusirah: 2 distributor valid, Bu Azliyah: 2 distributor tidak valid, Bu Rosidah: 2 distributor valid. **Valid.** Bu Widaryati: 1 pemasok kemasan valid. **Valid.** Bu Sunenti: 1 kurir valid, Pak Rasito: 1 kurir valid. **Valid.** Bu Widaryati: 4 customer valid 1 tidak valid, Bu Rosidah: 2 customer valid dan 2 customer tidak valid, Bu Sunenti: 2 customer tidak valid, Bu Annal: 1 customer tidak valid, Bu Sawen: 3 customer tidak valid. **Valid.**

- 3) Pembelajaran, Pembelajaran atau Insight (wawasan) yang didapatkan dari hasil percobaan ke responden. Produksi sendiri, pesan ke pabrik, kerjasama dengan kelompok UMKM, kemasan dapat bervariasi, kurir dapat menjaga kualitas produk (daerah indramayu), kurir dapat menjaga kualitas produk (di seluruh indonesia), marketplacefacebook jangkauan lebih luas, facebook dan whatsapp.

Hasil canvas validasi bisnis model kanvas dilakukan pada kriteria valid dapat di jelaskan pada gambar dibawah ini canvas percobaan dan pasca percobaan:

RENCANA PERCOBAAN						PASCA PERCOBAAN		
ASUMSI	PERCOBAAN	TARGET RESPONDEN	KRITERIA VALID	SUMBER DATA	WAKTU	HASIL	VALID/TIDAK VALID	PEMBELAJARAN
Distribusi keagenan, (ke Daerah & Metropolitan)	Umur kemasan plastik, dan es,...	Target dan target respon yang di anggap...	skema valid, dll...	Sumber data yang di butuhkan untuk percobaan percobaan	Waktu yang di butuhkan untuk percobaan percobaan	Hasil Percobaan	Kategori Validasi, Tidak Valid, dan lain-lain	Pembelajaran yang di dapatkan dari percobaan
distributor frozen food grosir	telpon / whatsapp / sosmed	3 distributor	2 dari 3 distributor setuju untuk kerjasama	telpon / komunikasi via internet	4 hari sampai hari Jumat	1. Tujuan: 1. Mengetahui apakah distributor frozen food grosir...	Valid	1. Mengetahui apakah distributor frozen food grosir...
pemasok kemasan	telpon / whatsapp / sosmed	3 pemasok kemasan	1 dari 3 pemasok kemasan setuju untuk kerjasama	telpon / komunikasi via internet	4 hari sampai hari Jumat	2. Tujuan: 2. Mengetahui apakah pemasok kemasan...	Valid	2. Mengetahui apakah pemasok kemasan...
kurir logistic frozen food	telpon / whatsapp / sosmed	3 kurir	2 dari 3 kurir setuju untuk kerjasama	telpon / komunikasi via internet	4 hari sampai hari Jumat	3. Tujuan: 3. Mengetahui apakah kurir logistic frozen food...	Valid	3. Mengetahui apakah kurir logistic frozen food...
instagram	telpon / whatsapp / sosmed	10 customer	7 dari 10 customer setuju di Instagram	telpon / komunikasi via internet	4 hari sampai hari Jumat	4. Tujuan: 4. Mengetahui apakah customer setuju di Instagram...	Valid	4. Mengetahui apakah customer setuju di Instagram...

Gambar 4.4 Validasi business model canvas

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang disajikan peneliti berkaitan dengan usaha frozenfood oleh PMI di taiwan menggunakan designthinking dan bisnis model kanvas dalam pelaksanaan workshop kewirausahaan bagi PMI di taiwan tahun 2021 menghasilkan kepemilikan bisnis rintisan yang real dan dijalankan sesuai dengan ilmu yang didapat yaitu usaha frozenfood milik purna PMI. Maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan:

1. **Perencanaan Inovasi Untuk Bisnis Frozen Food**, menentukan customer ibu rumah tangga alasannya karena jumlahnya besar, mereka mengenal dengan baik dalam hal mendapatkan penghasilan tambahan, *How Might We*. Bagaimana kita bisa menyakinkan kualitas produk online kita meskipun pemain baru. Ideate menemukan sebanyak-banyaknya ide, melakukan Kemudian melakukan *crazy 8* membuat sketsa atau menggambar 8 ide masing- masing 1 menit melakukan secara individual. Prototype produk berupa web dan menggunakan instagram gerai purna PMI melakukan test kepada pelanggan.
2. **Merumuskan Bisnis Model Kanvas Bisnis Frozen Food**, Bisnis model kanvas usaha kuliner frozenfood yang dirancang dan dirumuskan dalam 9 blok canvas Terdiri dari: target konsumen adalah ibu rumah tangga, menengah ke

bawah yang ingin mendapat penghasilan tambahan di rumah dan reseller, solusi/ jasa produk yang ditawarkan berupa kemudahan menjadi reseller produk frozenfood berkualitas, jalur distribusi melalui pengiriman langsung, acara komunitas, dan lainnya, relasi & jalur komunikasi menggunakan media social, admin, email, website, banner dan brosur, Elemen Pendapatan dari 20% penghasilan dari penjualan frozenfood, 10% penghasilan dari penjualan melalui reseller, 20% pengiriman barang skala kecil. Supplier/ Partner, kerjasama dengan kelompok umkm, pemasok kemasan, kurir logisticfrozenfood, Aset/ sumber daya utama, pegawai, website dan social media. Kegiatan Produksi Utama: pengemasan produk, promosi, pelayanan online dan offline, Struktur Biaya: biaya tetap: gaji pegawai, sewa toko offline, pembelian produk kemasan, ekspedisi, biaya tidak tetap: promosi, dan desainer.

3. **Validasi Business Model Canvas Frozen Food**, Model bisnis yang dirancang juga melakukan validasi secara berkelanjutan. Memvalidkan kepada target yang sudah ditentukan dan pemangku kepentingan yang terlibat. Terdapat elemen partner, kerjasama dengan kelompok ukm, pemasok kemasan, kurir logisticfrozenfood, reseller, dan desainer. Aset/ sumber daya utama: pegawai, website. Social media. Yang layak dilanjutkan hasil test ditunjukkan dari: *Diskribility*: menengah kebawah, yang ingin mendapat penghasilan tambahan dan reseller. *Feasibility*: distributor frozenfood grosir, pemasok kemasan, kurir logistic, dan pengiriman. *Viability* 20% penghasilan dari jualanfrozenfood, 10% penghasilan dari penjualan melalui reseller, pembelian produk dan kemasan, ekspedisi, dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, Paras. (2021). Perencanaan model bisnis pada UMKM dalam pengembangan Oleh-Oleh Khas Bekasi. *JournalOfResearch On Business And Tourism. Vol.1 No. 1*. Institut Komunikasi Dan Bisnis LPSR, Bekasi.
- Cahyadi, Komara, Sukaris. Dkk. (2021). Modul Kewirausahaan 3: Solusi Praktis Bisnis Bertumbuh Dan Lestari. Hal. 3-5.
- Husein, Ananda. (2018). Metode Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis. Tim UB Pres. Jl. Veteran 10.11. Malang. Indonesia. Hal.3.
- Komara, Setiawan, Dan Kurniawan. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan Di Tengah Pandemi COVID-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis. 17(3)*.
- Komara, Sukaris, Kurniawan, dkk. (2021). Percepatan Peningkatan Kemampuan Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pembelajaran Bisnis Berbasis Proyek Di Masa Pandemi Covid-19. Volume 17. No.2. Hal. 137-146.
- Komara, Suchyo, Kurniawan, dkk. (2021). Modul Kewirausahaan 2: Sukses Memulai Usaha Dengan Memahami Pelanggan. Hal. 6-12.
- Kurniawan, Komara, Sukaris, dkk. (2021). Modul Kewirausahaan 4: Sembilan Elemen Bisnis Model Untuk Pekerja Migran Indonesia. Hal. 4-31.

- Kurniawan, Komara dan Setiawan. (2018). *PreparationAndChallengesOf Industry 5.0 For SmallAnd Medium Enterprises In Indonesia. MuhammadiyahinternationaljournalofEconomicsand Business*. Vol.2 No.2.
- Kurniawan, Komara, Rolianan, dkk. (2020). Pengantar Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan. Indomedia Pustaka. Sidoarjo. Hal. 34.
- Sukaris, Komara, Suchyo, dkk. (2021). Modul Kewirausahaan 1: Sukses Memulai Usaha Dengan Efektuasi. Hal. 3-12.
- Link MiroRombel 6 Batch1 https://miro.com/app/board/o9J_IMdKGi8=/
- Octavanny, Vitha. (2021). Analisis Model Bisnis Pada UMKM Kuliner Yang Menerapkan Konsep Sharing Food. *JournalOfResearch On Business And Tourism*. Vol.1 No. 1. Institut Komunikasi Dan Bisnis LPSR, Bekasi.

