

PELUANG USAHA *BAKED POTATO* KEJU ISI DAGING DALAM PENINGKATAN NILAI TAMBAH PENJUALAN

Rio Richardo Wijaya¹ & Vidyarto Nugroho²

¹Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumangara Jakarta
Email: rio.125220173@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumangara Jakarta
Email: vidyarton@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

The analysis of the business opportunity for stuffed baked potatoes with cheese and meat aims to enhance the added value of products in the food market. In a market characterized by frequent price fluctuations, innovation in food processing becomes an effective solution. The stuffed baked potato product offers a unique flavor that combines potatoes, cheese, and meat, making it appealing to consumers increasingly opting for snacks and ready-to-eat meals. The market potential for this product is significant, especially among urban populations seeking practical and delicious food options. With relatively low capital and a simple production process, this venture is accessible to various groups, including micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Analysis indicates that the net profit from this business can be quite substantial, with a quick return on investment, making it an attractive option for prospective entrepreneurs. Effective marketing strategies using social media and creative promotions are crucial for enhancing product visibility. Additionally, diversifying flavor variants and appealing packaging will support the sustainability of the business. With support from various stakeholders, including local communities, this venture will not only provide economic benefits but also contribute to the development of a sustainable local food industry. Therefore, stuffed baked potatoes with cheese and meat hold great potential as a flagship product that can improve the welfare of entrepreneurs and attract consumer interest.

Keywords: *Baked potato, cheese, meat, added value.*

ABSTRAK

Analisis peluang usaha *baked potato* keju isi daging bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk di pasar makanan. Dalam kondisi pasar yang sering mengalami fluktuasi harga, inovasi dalam pengolahan makanan menjadi solusi yang efektif. Produk *baked potato* keju isi daging menawarkan cita rasa unik yang menggabungkan kentang, keju, dan daging, sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang semakin memilih makanan ringan dan siap saji. Potensi pasar untuk produk ini cukup besar, terutama di kalangan masyarakat urban yang mencari pilihan makanan praktis dan lezat. Dengan modal yang relatif kecil dan proses produksi yang sederhana, usaha ini dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Analisis menunjukkan bahwa keuntungan bersih yang dapat diperoleh dari usaha ini cukup signifikan, dengan waktu pengembalian modal yang cepat, menjadikannya pilihan menarik bagi calon pengusaha. Strategi pemasaran yang efektif melalui penggunaan media sosial dan promosi kreatif sangat penting untuk meningkatkan visibilitas produk. Selain itu, diversifikasi varian rasa dan kemasan yang menarik akan mendukung keberlanjutan usaha. Dengan dukungan dari berbagai pihak, termasuk komunitas lokal, usaha ini tidak hanya akan memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan industri makanan lokal yang berkelanjutan. Oleh karena itu, *baked potato* keju isi daging memiliki potensi besar sebagai produk unggulan yang dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan menarik minat konsumen.

Kata kunci: *Baked potato, keju, daging, nilai tambah.*

1. PENDAHULUAN

Sektor ekonomi di Indonesia memiliki berbagai aspek yang saling terkait, terutama di daerah pedesaan yang bergantung pada sumber daya alam sebagai sumber utama pendapatan. Masyarakat di wilayah ini menghasilkan produk yang melimpah, namun banyak pelaku usaha mengalami kerugian akibat rendahnya harga pasar. Oleh karena itu, pentingnya inovasi dan kreativitas dalam pengolahan produk untuk meningkatkan nilai tambah (*added value*) sangat jelas. Misalnya, pengolahan kentang menjadi kentang panggang keju isi daging tidak hanya meningkatkan cita rasa, tetapi juga memungkinkan produk dijual dengan harga yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan

masyarakat (Sumarauw & Sihombing, 2015).

Kentang sebagai bahan pangan memiliki banyak manfaat, baik dari segi gizi maupun ekonomi. Dalam sektor agribisnis, kentang telah lama menjadi salah satu komoditas yang memiliki permintaan tinggi, baik sebagai bahan baku industri makanan maupun sebagai makanan pokok pengganti nasi. Kandungan karbohidrat yang tinggi menjadikan kentang sebagai salah satu alternatif yang dapat memberikan asupan energi yang setara dengan nasi, terutama dalam program diet. Selain itu, kentang juga kaya akan serat, vitamin B kompleks, antioksidan, dan senyawa yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh, seperti *anti-cancer compounds* dan zat yang mendukung pencernaan yang baik (Hidayati *et al.*, 2019).

Namun, di tengah melimpahnya produksi kentang, sering kali terjadi *over-supply* yang menyebabkan penurunan harga di pasaran. Pada saat seperti ini, para petani harus mencari cara untuk memanfaatkan kelebihan produksi agar tidak mengalami kerugian finansial. Salah satu solusi yang paling efektif adalah dengan mengolah kentang menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Oleh karena itu, kami hadir membangun usaha *Oh My Spud* yang bergerak dalam bidang makanan yang berbahan dasar kentang. Kentang panggang keju isi daging merupakan salah satu bentuk inovasi pengolahan produk kentang yang tidak hanya meningkatkan daya tarik konsumen, tetapi juga memberikan nilai tambah secara ekonomi bagi para pelaku usaha (Saputra & Pujotomo, 2019).

Usaha kentang panggang keju isi daging memiliki prospek yang sangat menjanjikan, khususnya di pasar makanan ringan dan *ready-to-eat foods*. Produk ini menawarkan cita rasa yang unik dan memadukan kelezatan kentang dengan keju yang gurih serta daging yang kaya protein. Selain itu, konsumen di Indonesia cenderung menyukai makanan berbasis kentang yang memiliki tekstur lembut di dalam namun renyah di luar, serta memiliki rasa yang memuaskan di lidah. Kombinasi keju dan daging dalam olahan ini tidak hanya menambah kenikmatan, tetapi juga menambah kandungan gizi yang diperlukan untuk aktivitas sehari-hari.

Dari segi usaha, memulai bisnis kentang panggang keju isi daging tergolong mudah dan terjangkau. Bahan baku seperti kentang, keju, dan daging dapat dengan mudah ditemukan di pasar tradisional maupun pasar modern dengan harga yang relatif stabil. Proses pengolahannya pun tidak memerlukan teknologi yang rumit, sehingga dapat dijalankan oleh kami sebagai pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dengan modal yang relatif kecil, potensi keuntungan dari usaha ini cukup besar, terutama jika dipasarkan di lokasi-lokasi strategis yang sering dikunjungi masyarakat, seperti kawasan wisata, dekat kampus, atau di sekitar perkantoran (Cahyadi & Firdaus, 2020).

Dalam menjalankan usaha *Oh My Spud*, kentang panggang keju isi daging, strategi pemasaran memegang peranan penting. Salah satu cara yang efektif untuk menarik perhatian konsumen adalah melalui penggunaan spanduk yang menggambarkan kelezatan produk, serta promosi melalui media sosial. Pemanfaatan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan aplikasi pesan-antar makanan dapat membantu memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan anak muda dan pekerja kantor yang lebih banyak mengakses informasi melalui internet. Dengan harga jual yang kompetitif dan pemasaran yang tepat, kentang panggang keju isi daging dapat menjadi produk yang diminati oleh berbagai kalangan.

Selain itu, pengembangan varian rasa juga dapat menjadi strategi untuk mempertahankan minat konsumen. Misalnya, menambahkan saus khusus atau variasi daging, seperti daging sapi, ayam,

atau sosis, akan memberikan pilihan yang lebih beragam kepada konsumen. Tidak hanya itu, dengan pengemasan yang menarik dan higienis, produk kentang panggang keju isi daging juga dapat dipasarkan sebagai *snack* yang cocok untuk berbagai kesempatan, baik sebagai makanan ringan saat bekerja maupun sebagai camilan di acara keluarga bahkan dapat menjadi pilihan makanan untuk acara pernikahan, ulang tahun dan perayaan lainnya.

Dari sisi keberlanjutan bisnis, usaha ini juga mendukung pengembangan agroindustri lokal. Dengan mengolah kentang menjadi produk siap konsumsi, para petani tidak hanya mengurangi ketergantungan pada harga pasar yang fluktuatif, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan baru di sektor pengolahan pangan. Agroindustri berbasis kentang panggang keju isi daging ini mampu memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah, khususnya dalam meningkatkan pendapatan petani dan pelaku usaha kecil. Selain itu, agroindustri juga dapat mendorong lahirnya inovasi-inovasi baru di bidang pengolahan makanan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional maupun internasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka usaha kentang panggang keju isi daging menawarkan berbagai manfaat, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun kesehatan. Dengan permintaan pasar yang terus meningkat dan prospek bisnis yang cerah, usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi salah satu usaha unggulan di bidang pengolahan pangan. Keberhasilan usaha ini tentunya bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi, menjaga kualitas produk, serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Dalam menjalankan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) *Oh My Spud*, diperlukan metode pelaksanaan yang sistematis agar usaha kentang panggang keju isi daging dapat berkembang secara optimal dan berdaya saing di pasar. Metode yang diterapkan mencakup berbagai aspek, mulai dari riset pasar, inovasi produk, strategi pemasaran, hingga evaluasi berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, diharapkan produk *Oh My Spud* mampu menarik minat konsumen serta memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam industri kuliner.

Keunggulan utama dari usaha ini adalah inovasi dalam pengolahan kentang yang dipadukan dengan keju dan daging, menghasilkan cita rasa unik yang sesuai dengan preferensi konsumen modern. Dalam pelaksanaannya, berbagai strategi diterapkan untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga serta meningkatkan daya tariknya di pasar. Metode ini juga mengutamakan kepuasan pelanggan dengan melakukan riset pasar, uji coba produk, serta penerapan strategi pemasaran digital yang efektif guna memperluas jangkauan penjualan.

Berikut adalah tahapan-tahapan yang akan dilakukan :

Persiapan dan Perencanaan

- 1) Melakukan studi literatur mengenai inovasi produk berbasis kentang dan strategi pemasaran makanan;
- 2) Menyusun perencanaan bisnis, termasuk perhitungan biaya produksi, harga jual, serta analisis keuntungan;
- 3) Menjalani kerja sama dengan pemasok bahan baku (kentang, keju, daging) untuk memastikan kualitas dan ketersediaan bahan; dan
- 4) Menentukan lokasi produksi dan pemasaran yang strategis, baik *offline* maupun *online*.

Produksi dan Pengolahan Produk

- 1) Memilih bahan baku berkualitas tinggi untuk memastikan rasa dan tekstur yang optimal;
- 2) Mengembangkan variasi produk dengan berbagai pilihan rasa dan topping;
- 3) Melakukan uji coba resep guna menemukan kombinasi terbaik dari segi rasa, tekstur, dan daya tahan produk; dan
- 4) Menerapkan standar keamanan pangan dalam proses produksi untuk menjamin kualitas dan kebersihan.

Strategi Pemasaran dan Branding

- 1) Membangun branding produk “*Oh My Spud*” melalui desain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan;
- 2) Mengoptimalkan pemasaran digital dengan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menarik perhatian calon konsumen; dan
- 3) Menggunakan strategi pemasaran kreatif seperti diskon dan layanan pesan antar.

Distribusi dan Evaluasi

- 1) Menyusun sistem distribusi produk melalui penjualan langsung dan *online*;
- 2) Mengukur respons pasar melalui survei kepuasan pelanggan dan analisis penjualan; dan
- 3) Mengevaluasi keberlanjutan usaha dengan melakukan revisi strategi bisnis berdasarkan data penjualan dan umpan balik pelanggan.

Dengan menerapkan metode pelaksanaan yang terstruktur, usaha *Oh My Spud* diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing tinggi di industri makanan ringan berbasis kentang. Langkah-langkah seperti pemberian tester, permintaan review pelanggan, serta survei pasar telah membantu dalam menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen. Selain itu, strategi pemasaran digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesadaran merek serta menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

Keberhasilan usaha ini tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut dipasarkan dan diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, evaluasi dan pengembangan terus dilakukan agar *Oh My Spud* dapat mempertahankan daya tariknya di pasar serta memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Dengan metode yang telah diterapkan, usaha ini diharapkan mampu menjadi salah satu produk unggulan yang tidak hanya diminati oleh konsumen lokal tetapi juga memiliki peluang untuk berkembang lebih luas di masa depan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis usaha penjualan *Baked Potato* di *Oh My Spud* dengan isian daging dan keju, produk ini menunjukkan potensi yang menjanjikan dari segi keuntungan dan kepraktisan. *Baked Potato* merupakan makanan yang cukup populer karena memiliki rasa yang gurih serta disukai oleh berbagai kalangan konsumen. Resep dasar produk ini mencakup penggunaan kentang, daging giling, keju *cheddar*, keju *mozzarella*, serta tambahan sosis dan lada hitam yang memberikan cita rasa lezat dan memikat. Proses pembuatan cukup mudah, yaitu pemanggangan kentang yang sudah diisi dengan campuran daging dan keju, semakin menambah daya tariknya di pasaran. Dengan cita rasanya yang khas dan penyajiannya yang praktis, *Baked Potato* berpotensi menjadi pilihan favorit bagi konsumen yang mencari makanan yang lezat dan cepat saji.

Dari segi biaya operasional, terdapat perhitungan antara biaya tetap dan biaya variabel yang mencakup pembelian bahan-bahan seperti kentang, daging giling, dan keju. Berdasarkan tabel di bawah ini, biaya

operasional total per bulan adalah Rp. 6.795.000 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1

Analisa Biaya Variabel Usaha Kentang Panggang Keju Isi Daging

Biaya Operasional	Jumlah (Rp)	Frekuensi
Kentang	2.025.000	30 hari
Daging giling	1.260.000	30 hari
Keju <i>Cheddar Slice</i>	418.000	30 hari
<i>Mozzarella</i>	1.080.000	30 hari
Lada Hitam	35.000	30 hari
Bawang bombay	55.000	30 hari
Garam	12.000	30 hari
Minyak goreng	160.000	30 hari

Pendapatan rata-rata yang dihasilkan dari penjualan *baked potato* per bulan mencapai Rp. 12.150.000, dengan asumsi penjualan sebanyak 15 porsi per hari dengan harga Rp. 27.000 per porsi. Jumlah penjualan ini cukup realistis mengingat permintaan konsumen yang cukup tinggi terhadap produk makanan cepat saji seperti *baked potato*. Dari total pendapatan tersebut, setelah dikurangi biaya operasional dan bahan baku, keuntungan bersih yang dapat diperoleh mencapai sekitar Rp. 5.355.000 per bulan, yang menunjukkan bahwa usaha ini memiliki margin keuntungan yang cukup besar. Waktu pengembalian modal juga tergolong sangat cepat, yakni dapat dicapai dalam waktu kurang dari satu setengah bulan, karena total investasi awal yang dikeluarkan untuk memulai usaha ini hanya sebesar Rp.7.350.000

Tabel 2

Analisa Investasi Usaha Kentang Panggang Keju Isi Daging

Komponen	Biaya
Investasi Peralatan	Rp. 7.350.000
Biaya Tetap	Rp. 1.750.000/bulan
Biaya Variabel	Rp. 5.045.000/bulan
Pendapatan Bulanan	Rp. 12.150.000
Keuntungan Bulanan	Rp. 5.355.000
Waktu Balik Modal	1 ½ bulan

Dengan kombinasi rasa keju *cheddar* yang gurih, *mozzarella* yang lembut, dan isian daging serta sosis yang memberikan rasa kaya, produk ini berpotensi menarik konsumen dari berbagai kalangan, khususnya bagi mereka yang menyukai makanan dengan cita rasa internasional namun tetap terjangkau. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan tampilan visual produk kentang panggang keju isi daging yang diharapkan mampu menarik perhatian calon pelanggan.

Gambar 1

Produk Kentang Panggang Keju Isi Daging



Dari perspektif pemasaran, keberadaan gambar produk yang menarik sangat penting dalam menarik perhatian konsumen. Contoh visual yang menggambarkan daging yang melimpah dan keju meleleh pada kentang panggang yang menggugah selera dapat meningkatkan keinginan beli. Visualisasi ini, ketika dikombinasikan dengan pengemasan yang rapi, akan menambah nilai estetis produk sehingga memudahkan pemasaran baik secara langsung maupun melalui platform digital.

Keberhasilan usaha ini juga dipengaruhi oleh efisiensi penggunaan alat-alat pendukung seperti oven. Oven yang digunakan harus memiliki kualitas terbaik, seperti yang direkomendasikan dalam analisis ini, yaitu oven pizza yang multifungsi. Oven ini tidak hanya cocok untuk membuat pizza, tetapi juga berbagai olahan makanan panggang, termasuk kentang panggang keju isi daging dikarenakan kapasitas yang besar untuk sekali pemanggangan dapat dilakukan dengan jumlah kentang yang cukup banyak.

Berdasarkan literatur, pengolahan makanan berbahan dasar kentang maupun umbi-umbian memiliki berbagai keunggulan. Menurut (Rachmawati et al., 2021) menjelaskan bahwa penggunaan bahan pangan lokal, seperti ubi, dapat meningkatkan nilai gizi dan ekonomi produk. Seperti halnya ubi ungu yang kaya akan betakaroten, kentang sebagai bahan baku utama *baked potato* juga mengandung nutrisi penting, termasuk vitamin C, vitamin B6, dan kalium, yang berguna untuk kesehatan. Selain itu, memanfaatkan bahan pangan lokal dapat meningkatkan daya saing produk di pasar, terutama dalam kondisi pandemi yang memerlukan peningkatan imunitas melalui konsumsi makanan sehat.

Dalam pemasaran, strategi yang efektif sangat penting dalam menarik minat konsumen terhadap produk makanan berbahan dasar umbi-umbian. Dalam penelitian (Amalia et al., 2021) menekankan pentingnya edukasi pemasaran dan inovasi dalam variasi produk untuk meningkatkan penjualan makanan berbasis umbi. Modifikasi pada variasi isian dan pengemasan *baked potato* dapat menjadi kunci dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya tarik produk. Hal ini sangat relevan, mengingat preferensi konsumen yang cenderung mencari variasi dan inovasi dalam makanan sehari-hari.

Dari sisi tren industri makanan dan minuman, dalam penelitiannya (Dewi et al., 2022) mengungkapkan bahwa sektor food and beverages memiliki prospek yang cerah menuju tahun 2030, dengan pertumbuhan pesat meskipun di tengah pandemi. Bisnis makanan dan minuman, termasuk

produk seperti *baked potato*, berpotensi mendapatkan pangsa pasar yang signifikan, terutama di pasar lokal dengan populasi yang besar seperti Indonesia. Penggunaan bahan baku yang mudah didapatkan secara lokal, dikombinasikan dengan keunggulan rasa dan harga yang terjangkau, dapat memperkuat posisi produk di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, pemerintah juga berperan penting dalam mendorong persaingan usaha yang sehat melalui kebijakan standarisasi produk makanan. Standarisasi ini bertujuan untuk menjaga kualitas produk agar aman dan memenuhi kriteria yang berlaku. Penelitian (Saleh et al., 2019) menguraikan bahwa standarisasi produk, termasuk dalam hal keamanan pangan dan labelisasi yang jelas, dapat membantu pelaku usaha dalam menjaga kepercayaan konsumen. Dalam kasus *baked potato*, penerapan standar keamanan pangan dan penggunaan bahan baku berkualitas akan meningkatkan reputasi produk di mata konsumen.

Menurut (Firdaus, 2022) juga menambahkan bahwa dalam perspektif hukum, perlindungan konsumen terkait komposisi makanan sangat penting, khususnya untuk produk makanan impor. Meski *baked potato* merupakan produk lokal, kepatuhan terhadap regulasi food ingredient dan labelisasi tetap menjadi aspek penting dalam memastikan produk yang aman dan halal bagi konsumen.

Dengan demikian, usaha *baked potato* dengan isian daging dan keju memiliki prospek bisnis yang menjanjikan dari segi keuntungan, pemasaran, serta tren industri. Dukungan literatur menunjukkan bahwa inovasi dalam produk makanan berbahan dasar umbi-umbian, strategi pemasaran yang efektif, serta kepatuhan terhadap standar keamanan pangan adalah kunci keberhasilan dalam mengembangkan usaha ini di pasar yang semakin kompetitif.

4. KESIMPULAN

Usaha *Oh My Spud* dalam menjual produk *baked potato* keju isi daging di Jakarta Barat memiliki prospek yang menjanjikan dalam meningkatkan nilai tambah produk, khususnya kentang. Dengan permintaan pasar yang stabil dan potensi keuntungan yang menarik, produk ini mampu menawarkan solusi bagi para petani yang menghadapi masalah *over-supply* kentang saat panen raya. Inovasi dalam pengolahan kentang menjadi produk siap saji seperti *baked potato* keju isi daging memberikan keuntungan ekonomi yang signifikan, terutama melalui peningkatan daya tarik konsumen dan diversifikasi produk berbasis kentang. Selain itu, usaha ini relatif mudah dijalankan dan membutuhkan modal yang tidak terlalu besar, dengan pengembalian investasi yang cepat. Untuk memaksimalkan peluang usaha ini, para pelaku usaha harus mengembangkan inovasi dalam varian rasa dan kemasan yang lebih menarik untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, strategi pemasaran digital melalui media sosial harus dimanfaatkan secara optimal guna menarik minat konsumen dari kalangan yang lebih luas, terutama generasi muda dan pekerja kantoran. Selain itu, penting untuk mempertahankan kualitas bahan baku dan proses produksi guna menjaga kepuasan konsumen dan daya saing produk di pasaran.

Ucapan terima kasih (*Acknowledgement*)

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kaprodi Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Tarumangara Jakarta atas dukungan yang diberikan dalam penyusunan analisis ini. Dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sangat membantu dalam menyelesaikan kajian ini.

REFERENSI

- Amalia, R. M., Saleha, A., & Ardiati, R. L. (2021). Edukasi Pemasaran Varian Makanan Berbahan Dasar Ubi Di Desa Sayang, Kecamatan Jatinangor. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(2), 429-438. <https://doi.org/10.29407/ja.v4i2.14498>
- Cahyadi, U., & Firdaus, F. F. (2020). Strategi pengembangan usaha petani kentang berbasis agroindustri dalam upaya meningkatkan nilai tambah. *Jurnal Kalibrasi*, 18(1), 15-22.
- Dewi, I. C., Indrianto, A. T. L., Soediro, M., Winarno, P. S., Minantyo, H., Sondak, M. R., & Warrauw, W. L. (2022). Trend Bisnis Food and Beverages Menuju 2030.
- Firdaus, N. M. I. (2022). Urgensi Food Ingredient Pada Makanan Impor Perspektif Perlindungan Konsumen. *Journal of Islamic Business Law*, 6(3).
- Hidayati, A., Irianto, H., & Kusnandar, N. (2019). Strategi pengembangan rantai pasok kentang berkelanjutan di Kabupaten Magetan. *Jurnal Agro Ekonomi*, 36(2), 163-182. <https://doi.org/10.21082/jae.v36n2.2018.163-182>
- PT Toko Mesin Maksindo. (2024). Peluang usaha kentang panggang keju isi daging dan analisa usahanya. *Toko Mesin Maksindo*. Retrieved from <https://www.tokomesin.com/peluang-usaha-kentang-panggang-keju-isi-daging-dan-analisa-usahanya.html>
- Rachmawati, E., Sulistyani, T., Mufidah, L., & Mayang, C. (2021). Pelatihan Pengolahan Ubi Ungu Sebagai Alternatif Kudapan Sehat pada Masa Pandemi. *Abdimas Akademika*, 2(01), 27-35.
- Saleh, M., Dilaga, Z. A., & Fitrahadi, K. F. (2019). Kebijakan Pemerintah Mengenai Standardisasi Produk Makanan Dan Minuman Dalam Mendorong Persaingan Usaha Yang Sehat. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 4(2), 155–172. <https://doi.org/10.29303/jkh.v4i2.24>
- Saputra, R., & Pujotomo, D. (2019). Penyelesaian vehicle routing problem dengan karakteristik time windows dan multiple trips menggunakan metode saving matrix. *Industrial Engineering Online Journal*.
- Sumarauw, J., & Sihombing, D. T. (2015). Analisis nilai tambah rantai pasokan beras di Desa Tatengesan Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.8902>