

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) PADA UMKM MAKANAN: STUDI KASUS STAND KUE MA'TANGGA

Aditya Azril <sup>1\*</sup>, Nurul Chairany <sup>2)</sup>, Taufik Nur <sup>3)</sup>

<sup>123)</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia.

Email : [adityaazril16@gmail.com](mailto:adityaazril16@gmail.com)<sup>1)</sup>, [nurul.chairany@umi.ac.id](mailto:nurul.chairany@umi.ac.id)<sup>2)</sup>, [taufik.nur@umi.ac.id](mailto:taufik.nur@umi.ac.id)<sup>3)</sup>

### INFORMASI ARTIKEL

Diterima:  
22/10/2025

Diperbaiki:  
18/11/2025

Disetujui:  
29/11/2025

Diterbitkan:  
30/12/2025

### ABSTRAK

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Stand Kue Ma'Tangga, serta memberikan rekomendasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan menggunakan metode IPA.

**Desain/Methodologi:** Pendekatan kuantitatif melalui survei 400 pelanggan dengan kuesioner lima dimensi layanan; data diuji validitas, reliabilitas, lalu dipetakan pada diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menentukan prioritas perbaikan layanan.

**Temuan/Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan valid dan reliabel. Analisis gap menunjukkan sebagian besar atribut memiliki nilai negatif yang menandakan ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan, terutama pada dimensi tangible dan empathy. Beberapa atribut, seperti kecepatan pelayanan dan keramahan staf, masuk kategori yang perlu dipertahankan karena berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan.

**Dampak:** Hasil ini memberikan masukan strategis bagi UMKM dalam merancang strategi peningkatan layanan dan pengemasan produk agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Kesimpulan:** Standar Kue Ma'Tangga perlu memprioritaskan perbaikan pada atribut dengan nilai kesenjangan terbesar, khususnya fasilitas tempat dan kemasan produk, sambil mempertahankan dimensi pelayanan yang telah memuaskan pelanggan.

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan, UMKM, IPA, Kualitas Layanan, Kue Tradisional.



DOI: <https://doi.org/10.3926/japsi.v3i4.2261>

2025 The Author(s). This open-access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

Situs web: <https://jurnal.fti.umi.ac.id/index.php/JAPSI>

### 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (BPS Sulawesi Selatan, 2021). Dari seluruh sektor UMKM, bidang kuliner menjadi yang paling dominan, mencakup sekitar 34% dari total UMKM (Amar et al., 2024; World Bank, 2022). Di Sulawesi Selatan, UMKM juga memberikan sumbangsih signifikan terhadap PDB, khususnya di subsektor makanan dan minuman yang tumbuh sebesar 2,54% pada tahun 2021 (Kemenkeu, 2022).

Dalam konteks tersebut, peran UMKM tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian nilai-nilai budaya lokal melalui produk makanan khas daerah (Abdurahman et al., 2023; Fole et al., 2024). Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia masih cukup kompleks, seperti keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, kurangnya inovasi dalam desain produk, serta kesulitan dalam mempertahankan kualitas dan kepuasan pelanggan (Amar et al., 2024; Djakaria et al., 2024; Wahda et al., 2023; Zamsyi et al., 2024; Zed et al., 2025).

Salah satu bentuk UMKM kuliner yang turut mendorong pertumbuhan ekonomi lokal adalah usaha kue tradisional. Stand Kue Ma'Tangnga, yang beroperasi di Kecamatan Towuti selama lebih dari 20 tahun, menjadi contoh UMKM yang eksis dalam mempertahankan produk lokal. Namun demikian, usaha ini menghadapi berbagai tantangan seperti penurunan jumlah pelanggan, desain kemasan yang kurang menarik, fasilitas layanan yang belum optimal, dan kualitas pelayanan yang belum konsisten (Annastasya et al., 2024). Persaingan dengan produk modern dan kue impor semakin menuntut pelaku usaha tradisional untuk beradaptasi dan meningkatkan mutu layanan serta produk (Lubis et al., 2020).

Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing usaha. Kepuasan konsumen merupakan rasa puas atau kecewa pelanggan dari perbandingan harapan terhadap kinerja produk yang dibeli, baik berupa barang maupun jasa (Taufiq et al., 2025). Untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan secara objektif, penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif (Salam et al., 2024). Metode ini memungkinkan penilaian terhadap lima dimensi layanan assurance, reliability, tangibility, empathy, dan responsiveness sehingga pelaku UMKM dapat memahami aspek layanan mana yang perlu ditingkatkan dan mana yang harus dipertahankan. Pendekatan ini sangat penting untuk menyusun strategi pengembangan usaha yang tepat sasaran dan berkelanjutan di tengah dinamika pasar yang terus berubah (Hijra et al., 2024; Safutra et al., 2024; Sagala & Marbun, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Stand Kue Ma'Tangnga. Selain itu, penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi strategis yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan produk kuliner modern. Dengan menggunakan pendekatan IPA, diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi praktis bagi Stand Kue Ma'Tangnga, tetapi juga menjadi referensi bagi UMKM lain dalam mengoptimalkan kualitas layanan mereka.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Lokasi penelitian berada di Desa Wawondula, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Populasi penelitian adalah pelanggan Stand Kue Ma'Tangnga, dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden yang ditentukan menggunakan rumus *Slovin* (taraf kesalahan 5%).

### *2.1 Pengumpulan Data*

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 1–5, yang terdiri atas 13 atribut pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*). Data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, dan data UMKM terkait.

### *2.2 Analisis Data*

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kelayakan instrumen. Analisis data menggunakan metode IPA dengan tahapan:

- a. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*).
- b. Menghitung nilai kesenjangan (*gap*) antara kedua dimensi tersebut.
- c. Memetakan atribut ke dalam diagram kartesius untuk menentukan prioritas perbaikan. Kriteria interpretasi: *Kuadran I*: Prioritas utama (perlu perbaikan segera), *Kuadran II*: Pertahankan prestasi, *Kuadran III*: Prioritas rendah, dan *Kuadran IV*: Berlebihan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Pengolahan Data

Hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner telah memenuhi kriteria kelayakan untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya. Uji validitas memperlihatkan nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel (0,098), sehingga setiap indikator dinyatakan valid dalam mengukur variabel penelitian. Selain itu, uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 yang menandakan konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, data yang diperoleh dinilai akurat, stabil, dan dapat dipercaya untuk mendukung proses analisis IPA.

Tabel 1. Uji Validitas Tingkat Harapan

Kode	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
X1	0,178	0,098	Valid
X2	0,191	0,098	Valid
X3	0,411	0,098	Valid
X4	0,579	0,098	Valid
X5	0,596	0,098	Valid
X6	0,588	0,098	Valid
X7	0,569	0,098	Valid
X8	0,552	0,098	Valid
X9	0,563	0,098	Valid
X10	0,461	0,098	Valid
X11	0,560	0,098	Valid
X12	0,490	0,098	Valid
X13	0,564	0,098	Valid

*Sumber: Pengolahan Data (2025)*

Berdasarkan tabel uji validitas, seluruh item pernyataan X1–X13 memiliki nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel sebesar 0,098. Nilai *r*-hitung berkisar antara 0,178 hingga 0,596. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya, termasuk pada tahap pengukuran kinerja dan kepentingan dalam metode Importance Performance Analysis (IPA).

Tabel 2. Uji Validitas Tingkat Persepsi

Kode	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
X1	0,328	0,098	Valid
X2	0,317	0,098	Valid
X3	0,451	0,098	Valid
X4	0,581	0,098	Valid
X5	0,551	0,098	Valid
X6	0,516	0,098	Valid
X7	0,543	0,098	Valid
X8	0,539	0,098	Valid
X9	0,544	0,098	Valid
X10	0,551	0,098	Valid
X11	0,517	0,098	Valid
X12	0,471	0,098	Valid
X13	0,531	0,098	Valid

*Sumber: Pengolahan Data (2025)*

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item X1–X13 memiliki nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel 0,098. Nilai *r*-hitung berkisar antara 0,317 hingga 0,581, dengan nilai tertinggi pada X4 sebesar 0,581 dan terendah pada X2 sebesar 0,317. Hasil ini menunjukkan bahwa semua indikator tingkat persepsi pelanggan valid dan mampu merepresentasikan variabel penelitian. Dengan demikian, seluruh item kuesioner layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji *Reliability* Tingkat Harapan

Variabel	Standar Penilaian	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,70	0,744	13	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,744, lebih tinggi dari standar penilaian 0,70. Pengujian dilakukan pada 13 item pernyataan yang mewakili variabel kepuasan pelanggan. Nilai tersebut menunjukkan tingkat konsistensi internal yang baik pada instrumen tingkat harapan. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam analisis penelitian selanjutnya secara konsisten dan dapat dipercaya.

Tabel 4. Hasil Uji *Reliability* Tingkat Persepsi

Variabel	Standar Penilaian	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,70	0,748	13	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji reliabilitas tingkat persepsi menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,748, lebih tinggi dari standar penilaian 0,70. Pengujian dilakukan pada 13 item pernyataan yang mewakili variabel kepuasan pelanggan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis lanjutan pada penelitian ini.

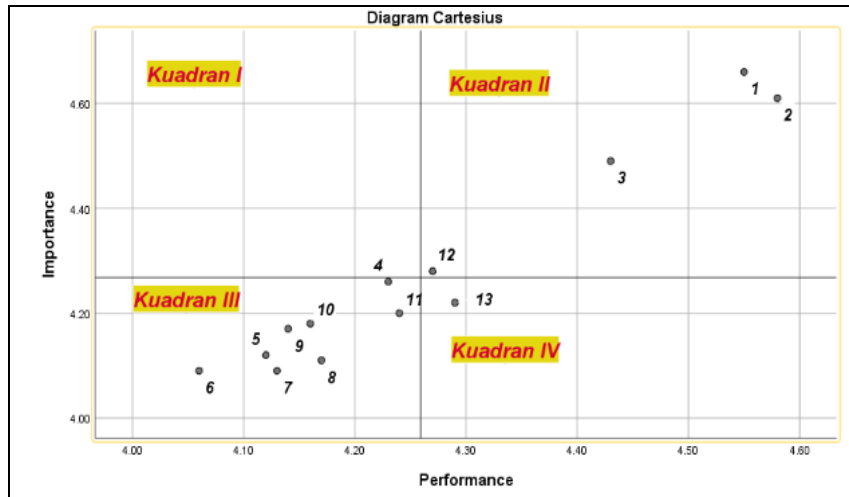
Analisis Cartesius merupakan tahapan penting dalam metode Importance Performance Analysis (IPA) yang digunakan untuk membandingkan tingkat harapan dan persepsi pelanggan terhadap setiap atribut layanan. Melalui analisis ini, data yang telah diolah dihitung nilai rata-ratanya untuk masing-masing atribut, kemudian dipetakan ke dalam diagram Cartesius. Pemetaan tersebut membantu mengidentifikasi atribut yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan, dipertahankan kinerjanya, atau ditingkatkan pengelolaannya agar kualitas layanan dapat lebih optimal sesuai kebutuhan pelanggan.

Tabel 5. Hasil Nilai Rata-rata Tingkat Harapan dan Tingkat Persepsi

Nilai Rata-rata		
Kode	Tingkat Harapan	Tingkat Persepsi
X1	4,66	4,55
X2	4,61	4,58
X3	4,49	4,43
X4	4,26	4,23
X5	4,12	4,12
X6	4,09	4,06
X7	4,09	4,13
X8	4,11	4,17
X9	4,17	4,14
X10	4,18	4,16
X11	4,2	4,24
X12	4,28	4,27
X13	4,22	4,29
Rata-rata	4,27	4,26

Sumber: Pengolahan Data (2025)

Analisis gap menunjukkan beberapa atribut memiliki gap negatif, yang berarti pelanggan merasa layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan. Dimensi *tangible* memiliki kesenjangan terbesar (rata-rata -0,07), terutama pada atribut kebersihan tempat dan kemasan produk.



Gambar 1. Diagram Cartesius  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS 2025

Diagram Kartesius menunjukkan bahwa atribut pada dimensi *tangible* (fasilitas, penampilan staf, kemasan) dan *reliability* (konsistensi rasa) masuk dalam kuadran prioritas utama. Sebaliknya, atribut seperti keramahan staf, penjelasan produk, dan bahasa yang mudah dipahami berada pada kuadran prestasi yang perlu dipertahankan. Temuan ini mengindikasikan bahwa UMKM perlu meningkatkan aspek fisik dan keandalan produk, tanpa mengabaikan aspek interpersonal dalam pelayanan.

### 3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), diketahui bahwa seluruh atribut layanan dan produk Stand Kue Ma'Tangnga terdistribusi pada Kuadran II (Pertahankan Prestasi), Kuadran III (Prioritas Rendah) dan Kuadran IV (Berlebihan). Tidak terdapat atribut yang masuk dalam Kuadran I (Prioritas Utama), yang menunjukkan bahwa Stand Kue Ma'Tangnga telah berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dalam beberapa aspek yang penting.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berkaitan dengan dimensi *tangible* dan *empathy* menjadi faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa atribut kebersihan dan kecepatan layanan merupakan indikator penting dalam kepuasan konsumen di sektor kuliner UMKM. Oleh karena itu, Stand Kue Ma'Tangnga perlu melakukan inovasi dalam desain kemasan dan memperbaiki tata ruang agar lebih menarik. Di sisi lain, dimensi *assurance* dan *responsiveness* menunjukkan performa baik yang perlu dipertahankan untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Terkait rekomendasi strategi, sebaiknya menerapkan SOP kebersihan harian serta menyediakan sarana pendukung seperti tempat sampah tertutup, ventilasi yang baik dan tempat cuci tangan lengkap dengan sabun. Memberikan pelatihan berkala mengenai kebersihan diri dan etika pelayanan akan memperkuat pemahaman karyawan akan pentingnya penampilan. Merancang kemasan agar ramah lingkungan dan fungsional tanpa mengabaikan aspek kebersihan dengan melakukan pengecekan kualitas kemasan secara berkala guna memastikan tidak ada kemasan yang rusak, terbuka atau tercemar sebelum sampai ke tangan konsumen.

## 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada Stand Kue Ma'Tangnga secara umum belum mencapai kondisi optimal. Hal ini ditunjukkan oleh masih adanya kesenjangan antara tingkat harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), beberapa atribut layanan berada pada kuadran prioritas perbaikan, terutama pada dimensi *tangible*. Atribut yang paling membutuhkan perhatian adalah kebersihan area pelayanan, kenyamanan tempat bagi pelanggan, serta tampilan dan kualitas kemasan produk yang dinilai belum sepenuhnya memenuhi harapan. Oleh karena itu, pemilik usaha disarankan

untuk melakukan peningkatan fasilitas pelayanan, menjaga kebersihan lingkungan usaha secara konsisten, serta memperbaiki desain dan estetika kemasan agar lebih menarik dan higienis. Di sisi lain, aspek pelayanan seperti kecepatan pelayanan dan keramahan staf perlu dipertahankan karena telah memberikan persepsi yang baik bagi pelanggan. Dengan demikian, metode IPA terbukti efektif dalam mengidentifikasi prioritas perbaikan dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan kualitas pelayanan UMKM makanan tradisional secara berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurahman, A., Hujaemah, E., Midiawati, M., Salamah, S., Saroh, S., & Wartini, T. (2023). Pendampingan Pedagang Makanan Tradisional Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Dengan Kreativitas Olahan Makanan Di Kampung Ciseureh Desa Mekarjaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 1111–1117. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i7.312>
- Amar, M. A. S., Nusran, M., Hafid, M. F., & Fole, A. (2024). Analisis Proses Produksi Roti Canai Pada UMKM Dapoer Sani Dengan Menggunakan Penerapan Good Manufacturing Practices (GMP). *JAPSI: Jurnal Aplikasi Dan Pengembangan Sistem Industri*, 2(1), 30–37. <https://doi.org/10.33096/japsi.v2i1.1255>
- Annastasya, V. I., Fitasari, Y., & Renfiana, L. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kue Tradisional Warung Ibu Emi untuk Meningkatkan Pendapatan. 5(1), 1–13.
- BPS Sulawesi Selatan. (2021). *Indikator Industri Manufaktur Provinsi Sulawesi Selatan*.
- Djakaria, N. S. S., Lantara, D., Dahlan, M., & Fole, A. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan di Departemen Produksi pada PT. ALC. *JAPSI: Jurnal Aplikasi Dan Pengembangan Sistem Industri*, 2(1), 57–66. <https://doi.org/10.33096/japsi.v2i1.1345>
- Fole, A., Immawan, T., Kusriani, E., Mail, A., Dahlan, M., Alisyahbana, T., Pawennari, A., & Malik, R. (2024). Gap Analysis And Enhancement Strategy For Supply Chain Performance In The Handicraft Industry of ISR Bone SMES: A SCOR Racetrack Approach. *Journal of Industrial Engineering Management*, 9(3), 23–32. <https://doi.org/10.33536/jiem.v9i3.1865>
- Hijra, A., Saleh, A., Hafid, M. F., & Fole, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Pdam Kota Makassar Menggunakan Metode CSI dan IPA. *JAPSI: Jurnal Aplikasi Dan Pengembangan Sistem Industri*, 2(1), 38–47. <https://doi.org/10.3926/japsi.v2i1.1261>
- Kemenkeu. (2022). *Artikel Kanwil DJKN Sulawesi Utara, Tengah, .* (2), 5–8.
- Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(1), 25. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i2.9366>
- Safutra, N. I., Fole, A., Dahlan, M., & Yusuf, R. (2024). Transformasi Kualitas Pelayanan E-Commerce Lazada Pendekatan Inovatif dengan Metode Importance Performance (IPA) di Kecamatan Sinjai Barat. *Journal of Industrial Engineering Innovation*, 2(01), 1–8. <https://doi.org/10.58227/jiei.v2i01.116>
- Sagala, R., & Marbun, G. (2022). Analisis dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien BPJS Mandiri rawat jalan pada Rumah Sakit Bina Kasih Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 22, 498–523.
- Salam, M. I., Saleh, A., & Wahyuni P., A. D. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Dengan Pendekatan Metode E-Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA). *JAPSI: Jurnal Aplikasi dan Pengembangan Sistem Industri*, 2(2), 67–76.
- Taufiq, M., Rauf, N., & Herdianzah, Y. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pembuatan Interior Menggunakan Metode Servqual dan IPA. *JAPSI: Jurnal Aplikasi Dan Pengembangan Sistem Industri*, 3(2), 106–114. <https://doi.org/10.3926/japsi.v3i2.2188>
- Wahda, I. F., Rauf, N., & Safutra, N. I. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Metode Kano di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK. *JAPSI: Jurnal Aplikasi dan Pengembangan Sistem Industri*, 1(3), 25–32. <https://doi.org/10.3926/japsi.v1i3.532>

- World Bank. (2022). Fintech and SME Finance: Expanding Responsible Access. *Fintech and the Future of Finance Flagship Technical Note*.
- Zamsyi, M. A., Nusran, M., & Nur, T. (2024). Analisis Mitigasi Risiko Rantai Pasok Komoditas Kakao Menggunakan Metode House Of Risk Pada PT. Mars. *JAPSI: Jurnal Aplikasi dan Pengembangan Sistem Industri*, 2(2), 105–115. <https://doi.org/10.3926/japsi.i2v2.1574>
- Zed, E. Z., Jesica, I., Putri, D. A., & Sundari, D. (2025). *Pendampingan Bisnis UMKM Makanan Tradisional Kue Basah Berbasis Lokal di Desa Zamrud Tambun*. 02(04), 351–358.