



Optimasi Manajemen Keuangan dan Pemasaran Melalui Website untuk Meningkatkan Potensi Kuliner Tasikmalaya

Retno Dyah Pekerti¹, Missi Hikmatyar², Amalia Siti Khodijah¹

¹Universitas Cipasung Tasikmalaya, Indonesia

¹Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Indonesia

ARTICLE INFO

Volume 11 Issue 1 (April 2025) e-ISSN 2550-1143 doi: 10.30997/gh.v11i1.16407	Corresponding Author: Retno Dyah Pekerti E-mail: retnodyahp@uncip.ac.id	Article history: Received: 06-12-2024 Accepted: 19-03-2025 Available online: 24-04-2025
---	--	---

How to Cite:

Pekerti, R. D., Hikmatyar, M., & Khodijah, A. S. (2025). Optimasi Manajemen Keuangan dan Pemasaran Melalui Website untuk Meningkatkan Potensi Kuliner Tasikmalaya. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(1), 44-52. <https://doi.org/10.30997/gh.v11i1.16407>

ABSTRACT

The culinary potential in Tasikmalaya has excellent potential to develop, especially with the support of digital technology that allows more comprehensive market access. However, many culinary entrepreneurs in Tasikmalaya still face obstacles regarding online marketing and optimal financial management. This community service aims to build an effective online marketing network by developing web profiles and providing training in optimizing financial management for culinary entrepreneurs and culinary product innovation in Tasikmalaya. Through this activity, participants will gain knowledge about the use of digital platforms for promotion and be given the means to introduce their products on the web profile that has been built, how to increase product appeal, how to develop culinary product innovation, and financial management techniques that support sustainable business growth. This program is expected to help culinary entrepreneurs increase their visibility and competitiveness to encourage local economic growth and maximize the potential of the culinary sector in Tasikmalaya. The results of this service will be measured through increased sales and financial management capabilities of participants after the program is completed, as well as the sustainability of the application of the strategies that have been given.

Keywords: culinary, web profile, financial management, product innovation.

ABSTRAK

Potensi kuliner di Tasikmalaya memiliki peluang besar untuk berkembang, terutama dengan dukungan teknologi digital yang memungkinkan akses pasar lebih luas. Namun, banyak pelaku usaha kuliner di Tasikmalaya masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran online dan manajemen keuangan yang optimal. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membangun jaringan pemasaran online yang efektif melalui pengembangan web profile dan memberikan pelatihan optimasi manajemen keuangan bagi pelaku usaha kuliner serta inovasi produk kuliner di Tasikmalaya. Melalui kegiatan ini, peserta akan mendapatkan pengetahuan tentang penggunaan platform digital untuk promosi dan diberikan sarana untuk mengenalkan produknya di web profile yang telah dibangun, cara meningkatkan daya tarik produk, cara mengembangkan inovasi produk kuliner, serta teknik pengelolaan keuangan yang mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Program ini diharapkan dapat membantu para pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka, sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memaksimalkan potensi sektor kuliner di Tasikmalaya. Hasil pengabdian ini akan diukur melalui peningkatan penjualan dan kemampuan manajemen keuangan peserta setelah program selesai, serta keberlanjutan aplikasi strategi yang telah diberikan.

Kata kunci: kuliner, web profile, manajemen keuangan, inovasi produk.



Available online at <https://ojs.unida.ac.id/QH>

Copyright (c) 2025 by Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat



1. Pendahuluan

Dalam era digitalisasi yang semakin maju, banyak pelaku usaha kuliner, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mulai memanfaatkan platform *online* sebagai sarana untuk memasarkan produk mereka (Novitasari 2022; Rahman 2020). Pemasaran produk melalui media *online* bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti menjualnya pada marketplace, memposting dagangannya melalui *story* Instagram dan WhatsApp (Abidin Achmad et al. 2020; Achadi, Cahyo, and Pahlevi 2023), hingga yang saat ini sedang ramai dilakukan adalah dengan melakukan *live streaming* (Abidin and Setiyanti 2012). Berbagai cara dilakukan para pelaku usaha semata untuk meningkatkan omset dan keuntungan usahanya (Afiah et al. 2022). Setiap daerah atau wilayah pasti memiliki kuliner khasnya masing-masing, bahkan rendang yang merupakan makanan khas daerah Padang – Indonesia menjadi salah satu makanan terlezat di dunia (Wardhana 2015). Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa kuliner daerah mampu menjadi salah satu ciri khas dan budaya yang harus dilestarikan (Krisnadi 2018; Roza et al. 2023).

Tasikmalaya dikenal sebagai salah satu kota dengan potensi kuliner yang tinggi di Jawa Barat (Abdullah and Nugraha 2020; Faisyal 2024). Produk-produk kuliner seperti nasi tutug oncom, opak, dan serba serbi jajanan tradisional lainnya memiliki cita rasa yang khas dan diminati oleh masyarakat (Candra, Enjeladinata, and Widana 2023; Prisila and Efrina Efrina 2019). Kecamatan Tawang yang berada di Kota Tasikmalaya menjadi salah satu lokasi pusat kuliner Tasikmalaya, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya UMKM yang bergerak dibidang kuliner sebanyak 4.549 usaha. Karena berbagai jenis kuliner khas Tasikmalaya ada di kecamatan ini, hingga akhirnya menjadi jargon atau slogan “*Kulintang (Kuliner dan Ulin di Tawang)*” yang artinya kecamatan Tawang menjadi pusat atau area untuk main dan *hangout* serta kulineran di Tasikmalaya. Berbagai jenis makanan yang ada di Kecamatan Tawang ini terdiri dari berbagai jenis bakso, berbagai jenis olahan aci, minuman, seblak, warung nasi, kue, dimsum, berbagai jenis mie, makanan tradisional, makanan modern, hingga *healty food* pun semuanya ada di kecamatan ini (Luhur 2016). Terdapat beberapa faktor mengapa kecamatan tersebut menjadi pusat kuliner di Kota Tasikmalaya, diantaranya adalah: a) Memiliki tempat yang strategis di pusat kota; b) memiliki kemudahan akses baik untuk kendaraan pribadi maupun umum; c) berada di wilayah yang dikelilingi oleh berbagai perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Adanya berbagai kampus di wilayah tersebut menjadikan Tawang sebagai kecamatan yang sering dikunjungi oleh masyarakat dari luar kota, maupun luar pulau (Manan 2019; Mauludin 2016).

Untuk mewadahi potensi para UMKM di bidang kuliner, pemerintah daerah Kecamatan Tawang membuka Mambo Kuliner Night yang rutin diadakan setiap Sabtu Malam di Jalan Mayor Utarya, Empangsari. Pasar kuliner malam tersebut diikuti oleh ratusan UMKM kuliner dari berbagai daerah, bukan hanya yang berasal dari Kecamatan Tawang saja dan dibuka dari pukul 16.00 hingga 23.00. Jika ingin mencicipi berbagai jenis kuliner yang ada di Tasik namun tidak mau pusing dengan jarak, *event* mingguan ini sangat cocok untuk dikunjungi. Walaupun pemerintah daerah sudah mewadahi

tempat untuk para UMKM kuliner berjualan, namun UMKM kuliner ini seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses pasar yang disebabkan salah satunya karena makanan yang dijual sulit untuk dikirim ke luar kota atau ke tempat yang jaraknya jauh. Selain itu, kurangnya modal dan sumber daya membuat mereka sulit untuk melakukan promosi yang efektif.



Gambar 1 Potret Mambo Kuliner Nite Tasikmalaya

Informasi mengenai produk para pelaku UMKM Kuliner biasanya dibagikan pada story yang diunggah pada akun media sosial atau mengandalkan unggahan dari *influencer* yang mempromosikan produknya (Arifin and Sa'dhiyah 2014; Arya, Wahid, and Purnamasari 2022). Tidak sedikit juga para pelaku UMKM yang menjual barang dagangannya ke platform digital seperti *Gofood*, *Grabfood*, dan *Shopeefood* dengan harapan agar produknya bisa dibeli oleh siapapun dimanapun. Pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, sekarang ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi (Abidin Achmad et al. 2020). Salah satu kelebihan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Media sosial dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dalam bisnis, membantu pemasaran produk dan jasa, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, melengkapi merk, mengurangi biaya dan untuk penjualan *online* (Abidin and Setiyanti 2012; Winarti 2021). Namun masih banyak pula pelaku UMKM yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan bisnisnya (Putri et al. 2023; Winarti 2021), mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil (Wardhana 2015). Biasanya adalah pelaku usaha dikalangan orang tua yang belum mengetahui tentang pemasaran *online* (Risna Kartika et al. 2021).

2. Materi dan Metode

Pada pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Kota Tasikmalaya untuk membangun ekonomi Masyarakat melalui beberapa tahapan. Kegiatan dilakukan di komunitas pedagang kuliner mambo yang dilaksanakan setiap malam minggu dari



pukul 16.00 – 23.00. Tahapan yang dilakukan pada pengabdian kepada Masyarakat yaitu:

2.1. Sosialisasi

Proses ini dilakukan untuk memastikan semua tahapan dan proses pelaksanaan berjalan sesuai prosedur. Dalam aspek tahapan awal ini, tim melakukan persiapan yang tersistem terhadap komponen utama maupun pendukung. Hal ini dilakukan untuk melakukan beberapa aspek awal lapangan; 1) penyamaan persepsi, 2) membangun komitmen, 3) kebermanfaatan dan keberlanjutan. Prinsip yang dijalankan dalam setiap tahapan adalah Quality Assurance dan Quality Control sehingga akan dihasilkan luaran yang maksimal dan berkualitas.

Tabel 1 Rincian aspek sosialisasi tahapan kegiatan pengabdian

Materi Sosialisasi	Sasaran	Peran Mitra	Output
Peran website dalam membantu memasarkan produk dan memberikan informasi kepada masyarakat secara lebih luas	Seluruh pengurus komunitas	Mengikuti kegiatan Membangun komitmen Menyamakan persepsi	Memiliki persepsi yang sama akan pentingnya website sebagai media untuk memasarkan dan memberikan informasi kepada masyarakat
Pemahaman akan pentingnya inovasi produk dan manajemen keuangan	Seluruh pengurus komunitas	Mengikuti kegiatan Membangun komitmen Menyamakan persepsi	Memiliki pemahaman dan komitmen terkait pentingnya inovasi produk dan manajemen keuangan dalam perusahaan.

2.2. Pelatihan

Tahapan ini dilakukan sebagai bentuk tindakan nyata yang dilakukan sesuai dengan bidang kepakaran tim pengabdian. Proses ini dilakukan dalam bentuk seting kelompok, namun dalam proses simulasi kecil dapat dilakukan dengan seting klasikal maupun individual.

Tabel 2 Pedampingan dalam kegiatan pelatihan

Materi Pelatihan	Sasaran	Peran Mitra	Output
Bidang Inovasi Produk	Seluruh pengurus komunitas Beberapa sampel pedagang	Mengikuti kegiatan Mengerjakan pretest dan posttest	Memiliki pemahaman mengenai pentingnya inovasi produk
Bidang Manajemen Keuangan	Seluruh pengurus komunitas Beberapa sampel pedagang	Mengikuti kegiatan Mengerjakan pretest dan posttest Praktik menggunakan	Memiliki pemahaman mengenai pentingnya manajemen keuangan dalam mengelola perusahaan.



		aplikasi dalam pencatatan dan laporan keuangan UMKM	
Bidang Digital	Seluruh pengurus komunitas Beberapa sampel pedagang	Mengikuti kegiatan	Memiliki pemahaman mengenai pentingnya website dalam memasarkan dan memberikan informasi

2.3. Penerapan teknologi

Penerapan teknologi dalam aspek pada pengabdian ini dirancang sesuai dengan kebutuhan dan persoalan yang terjadi pada mitra. Hal ini sebagai strategi dalam memudahkan mitra dalam memasarkan produk dan memberikan informasi update kepada masyarakat luas. Penerapan teknologi dalam program ini adalah dengan dibuatkannya website yang berisi mengenai informasi-informasi produk yang ada di Kuliner Mambo Night.

2.4. Pendampingan dan evaluasi

Pelaksanaan pendampingan dan evaluasi dilakukan dengan konsep proses dan pasca kegiatan pengabdian, hal ini untuk memastikan semua berjalan dengan baik dan adanya keberlanjutan.

- 1) Pendampingan dan evaluasi saat proses pelaksanaan pengabdian dilakukan. Proses pendampingan dilakukan tersistem selama proses pelaksanaan kegiatan berlangsung, pendampingan ini bersifat membangun dengan target capaian implementasi praktik baik. Proses pendampingan dilakukan oleh tim sesuai dengan kepakarannya yang dibantu oleh mahasiswa. Evaluasi dilakukan secara langsung dengan membandingkan hasil pretest dan posttest saat pelatihan.
- 2) Pendampingan dan evaluasi pasca pengabdian dilakukan. Proses pelaksanaan pendampingan dan evaluasi pasca kegiatan pengabdian dilakukan didasarkan atas kerjasama kemitraan yang dibangun untuk memudahkan keberlanjutan dan kebermanfaatan program yang telah dirancang dan diterapkan secara bersama. Evaluasi dilakukan jangka panjang untuk melihat efektivitas dari program yang diberikan.

2.5. Keberlanjutan program

Setiap item pada pelaksanaan kegiatan pengabdian tentunya diharapkan tidak selesai pasca pelaksanaan pengabdian kemitraan ini selesai, sehingga diperlukan strategi keberlanjutan yang tersistem. Hal ini untuk memastikan bahwa eksistensi program yang telah dilakukan dapat terus berjalan. Dengan demikian berikut langkah yang dilakukan:

- 1) Melakukan tindak lanjut melalui program kerjasama antar lembaga yang dilakukan oleh Perkumpulan Pedagang Mambo Kuliner Tasikmalaya dan Universitas Cipasung Tasikmalaya serta Universitas Perjuangan Tasikmalaya. Dengan demikian maka



adanya keberlanjutan program pengabdian, mahasiswa dapat melakukan kegiatan yang terus dapat mendampingi lembaga mitra.

- 2) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa baik secara personal, organisasi kemahasiswaan melalui program MBKM untuk memperoleh pengalaman diluar kampus dengan terlibat langsung di lokasi pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat ini telah dijalankan dan masih perlu dilanjutkan. Mitra yaitu Perkumpulan Pedagang Mambo Kuliner Tasikmalaya berperan aktif dalam kegiatan ini dengan antusiasme tinggi. Berikut adalah hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian secara detail berdasarkan penggunaan metode yang ditawarkan sesuai dengan permasalahan yang ada di mitra. Sosialisasi dilakukan kepada mitra dan pihak yang terkait terhadap kegiatan ini. Mereka mendorong dan mendukung kegiatan ini untuk peningkatan kualitas manajemen keuangan, inovasi produk dan pemanfaatan website sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat. Berikut ini hasil kegiatan dari masing-masing rencana yang ada:

3.1. Sosialisasi dan Penyamaan Persepsi

Proses sosialisasi dan penjabaran program pengabdian dilakukan oleh pengabdian dengan tujuan memberikan informasi dan diskusi bersama dalam menyepakati kembali program pengabdian yang akan dilaksanakan (Gambar 2). Berdasarkan hasil diskusi bersama Perkumpulan Pedagang Mambo Kuliner Tasikmalaya yang turut serta dalam kegiatan sosialisasi didapatkan kesepakatan bersama bahwa mitra menyetujui dan mendukung penuh program yang akan dijalankan oleh pihak pengabdian. Program tersebut diantaranya adalah memberikan pemahaman mengenai pentingnya inovasi produk, manajemen keuangan dan media website dalam menyampaikan informasi terkini dan memasarkan produk.



Gambar 2 Sosialisasi dan penjabaran program pengabdian ke mitra

3.2. Pelatihan

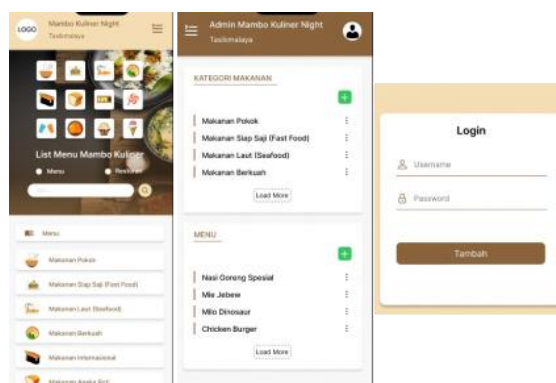
Pelatihan diberikan untuk membantu dalam mengatasi permasalahan dengan memberikan solusi kepada mitra. Materi yang diberikan terdiri dari tiga topik diantaranya terkait inovasi produk, manajemen keuangan, dan pemanfaatan serta simulasi dalam menggunakan website sebagai media untuk membantu pemasaran

produk dan memberikan informasi-informasi terkini yang ada di Kuliner Mambo Night Tasikmalaya. Peserta pelatihan terdiri dari 30 orang pedagang Kuliner Mambo Night Tasikmalaya yang dilaksanakan di Resto Kamandara pada 31 Oktober 2024. Peserta pelatihan diberikan pre test terlebih dahulu yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman terkait inovasi produk dan manajemen keuangan. Setelah pemaparan materi, peserta diminta untuk melakukan post test sebagai bahan evaluasi tim PkM terhadap pemahaman mitra dalam materi yang telah disampaikan.

3.3. Pembuatan Website

Proses pembuatan website untuk Perkumpulan Pedagang Kuliner Mambo Tasikmalaya memiliki beberapa tahapan (Gambar 3). Adapun tahapan dalam proses pembuatan website adalah sebagai berikut.

- 1) Perencanaan dan identifikasi kebutuhan
 - a. Analisis Kebutuhan Mitra: melakukan survei terhadap mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik mereka. - memfokuskan pada masalah-masalah yang dialami mitra.
 - b. Menentukan Tujuan Program: Tujuan utama adalah untuk membantu mitra dalam memasarkan dan memberikan informasi terkini kepada masyarakat luas.
- 2) Desain sistem
 - a. Desain Alur Sistem: - membuat desain website yang menarik dan mudah digunakan.
 - b. Pemilihan Teknologi: - Pilih teknologi yang mudah digunakan oleh mitra untuk alih kelola nantinya. - memilih platform database yang sederhana, seperti Firebase, MySql agar mudah diakses dan dipelihara.
- 3) Pengembangan sistem
 - a. Pembuatan website: - menggunakan pengkodean yang sederhana untuk memudahkan mitra dalam melakukan pengelolaan. website dapat dibuka pada perangkat handphone maupun desktop (Gambar 9).
 - b. Pengembangan Database: - membuat database yang akan menyimpan semua data terkait Kuliner Mambo Tasikmalaya, termasuk data tenant, harga barang, masa aktif tenant, pembukaan tenant baru, dan lain-lain.



Gambar 9 Tampilan website pada handphone



4. Kesimpulan

Pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik dan lancar. Mitra berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini sehingga pengusung dan mitra bersinergi menyelesaikan pekerjaan secara bersama-sama untuk menyelesaikan masalah prioritas yang sudah ditentukan pada awal pengusungan program. Mitra merasa puas dengan program yang diberikan walaupun secara teknis belum adanya perubahan atau peningkatan omzet. Namun mitra menjadi lebih paham akan pentingnya inovasi produk dan manajemen keuangan dalam mengelola usahanya. Website yang dirancang oleh tim pengabdian dirasakan mitra sangat membantu dalam pemasaran produk maupun pemberian informasi terkait mengenai program-program yang akan dilaksanakan oleh mitra.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Dirjen Dikti yang telah memberikan hibah pengabdian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Cipasung Tasikmalaya dan komunitas kuliner mambo yang telah mendukung program serta pihak-pihak lain yang menjadikan pengabdian kepada masyarakat berjalan lancar.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Yusuf, and Aa Willy Nugraha. 2020. "Menentukan Identitas Kota Tasikmalaya Dengan Pendekatan The City Branding Hexagon." *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia* 2(2).
- Abidin Achmad, Zainal, Thareq Zendo Azhari, Wildan Naufal Esfandiar, Nafila Nuryaningrum, Anisah Farah Dihilah Syifana, and Indah Cahyaningrum. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10(1):17-31. doi: 10.15642/jik.2020.10.1.17-31.
- Abidin, Zainal Achmad, and O. W. Setiyanti. 2012. "The Effectiveness of Use of Soundcloud Application for Promoting Pop Punk Songs and Music." in *Bali International Seminar on Science and Technology*.
- Achadi, Ady, Heru Cahyo, and Akbar Pahlevi. 2023. "Pemasaran Produk Umkm Melalui Sarana Digital." *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(1):1-4.
- Afiah, Nur, Muhammad Hasan, S. Ratnah, and Nur Arisah. 2022. "Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner Di Kota Makassar." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 8(4):1257-66.
- Arifin, Meuthiya Athifa, and Mahmudatus Sa'dhiyah. 2014. "Pengembangan Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah." *Jurnal Equilibrium* 2(1):163.
- Arya, Sun Mukti, Risqo Wahid, and Endah Dewi Purnamasari. 2022. "Pemasaran Melalui Media Sosial Di TikTok: Apakah Waktu Dan Tipe Konten Memengaruhi Tingkat Keviralannya?" *Jurnal Ilmu Manajemen* 12(1):17-34.



- Candra, Meylva Anggraeni, Orisa Valencia Enjeladinata, and Muhammad Rizky Widana. 2023. "Eksistensi Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea." Pp. 352–61 in *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*. Vol. 2.
- Faisyal, Muhammad Zidan. 2024. "Perancangan Pusat Kuliner Berbasis UMKM Di Kota Tasikmalaya Dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular."
- Krisnadi, Antonius Rizki. 2018. "Gastronomi Makanan Betawi Sebagai Salah Satu Identitas Budaya Daerah." in *National Conference of Creative Industry*.
- Luhur, Niki. 2016. "Fintech Dan Keberadaannya, Mengusik Atau Kolaboratif." Retrieved (<https://money.kompas.com/read/2016/11/22/133000826/fintech.dan.keberadaannya.mengusik.atau.kolaboratif.?page=all>).
- Manan, Yulianti. 2019. "Sistem Integrasi Proteksi & Manajemen Resiko Platform Fintech Peer to Peer (P2p) Lending Dan Payment Gateway Untuk Meningkatkan Akslerasi Pertumbuhan UMKM 3.0." *Ihtifaz* 2(1):73.
- Mauludin, A. 2016. "Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat ISSN 1410 - 5675." *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat* 5(1):34–37.
- Novitasari, Anindita Trinura. 2022. "Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah." *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 9(2):184–204.
- Prisila, Eliana, and Rihana Efrina Efrina. 2019. "UJI DAYA TERIMA TERHADAP MODIFIKASI KUE SEMPRONG DENGAN PENAMBAHAN EKSTRAK KOPI INSTAN: UJI DAYA TERIMA TERHADAP MODIFIKASI KUE SEMPRONG DENGAN PENAMBAHAN EKSTRAK KOPI INSTAN." Pp. 16–20 in *Prosiding SNP2M (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat) UNIM*.
- Putri, Intan, Ahmad Iman Mulyadi, Sri Dwi Fajarini, and Rizki Eriyansyah. 2023. "Transformasi Digital Umkm Kota Palembang." *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha* 3(1):28–40.
- Rahman, Fadly. 2020. "Tracing the Origins of Rendang and Its Development." *Journal of Ethnic Foods* 7(1):28. doi: 10.1186/s42779-020-00065-1.
- Risna Kartika, Retno Dyah Pekerti, Elin Herlina, and Marlina Nur Lestari. 2021. "Perbandingan Kredit Macet Umkm Pada Bank Persero Dan Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia." *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi* 13(2):50–60. doi: 10.35457/akuntabilitas.v13i2.1169.
- Roza, Yanti Mulia, Geofakta Razali, Endang Fatmawati, Syamsuddin Syamsuddin, and Guntur Arie Wibowo. 2023. "Identitas Budaya Dan Sosial Pada Makanan Khas Daerah: Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Pada Bulan Ramadan Di Indonesia." *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 4(1):305–15.
- Wardhana, Aditya. 2015. "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia." in *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*. Vol. 4.
- Winarti, Cici. 2021. "Pemanfaatan Sosial Media Oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk Di Masa Pandemi Covid-19." *Universitas Tanjungpura* 195–206.