

## SOSIALISASI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER ONLINE PKM MAHASISWA INDO GLOBAL MANDIRI CARA MENGHASILKAN CUAN DI MARKETPLANCE

Dewi Purwati<sup>1</sup>, Okta Olivia<sup>2</sup>, Lesi Hertati<sup>3</sup>, Terttiaavini<sup>4</sup>, Agustina Heryati<sup>5</sup>, Asmawati<sup>6</sup>  
<sup>1-6</sup>Fakultas Ekonomi Akuntansi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang  
<sup>1</sup>[2021520044student.uigm.ac.id@gmail.com](mailto:2021520044student.uigm.ac.id@gmail.com), <sup>2</sup>[2021520051student.uigm.ac.id@gmail.com](mailto:2021520051student.uigm.ac.id@gmail.com)  
<sup>3</sup>[lesiherttai@uigm.ac.id](mailto:lesiherttai@uigm.ac.id), <sup>4</sup>[Terttiaavini@uigm.ac.id](mailto:Terttiaavini@uigm.ac.id), <sup>5</sup>[agustina@uigm.ac.id](mailto:agustina@uigm.ac.id), <sup>6</sup>[asmawati@uigm.ac.id](mailto:asmawati@uigm.ac.id)

### ABSTRAK

Bisnis online yang sedang berkembang pesat era teknologi Informasi banyak digemari oleh semua kalangan tua dan muda bisnis kuliner online. Bisnis kuliner online merupakan sebuah bisnis yang dapat dikelola secara mandiri atau kelompok yang berbasis makanan atau minuman dan dipromosikan melalui media online. Media online yang biasa dijadikan alat promosi untuk bisnis kuliner online tersebut adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Oleh karena itu, penulis ingin mencari tahu lebih dalam lagi bagaimana opini masyarakat mengenai bisnis kuliner online yang sedang berkembang pesat di dunia sosial media di Kota Palembang. Jenis yang dipakai pada pengabdian masyarakat ini adalah jenis sosialisasi kerjasama dosen dan mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri guna mendukung MBKM.

**Kata Kunci** : Sosialisasi, pengabdian masyarakat, Bisnis Kuliner Online & Media Sosial, MBKM

### PENDAHULUAN

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang/ jasa, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba, (Adriansah, & Yustita, 2022). Semakin berkembangnya teknologi, usaha dan bisnis juga mengalami perkembangan yang begitu pesat. Hal ini ditunjukkan dari adanya fenomena bisnis online yang mulai marak di kalangan sosial media. Bisnis online merupakan perdagangan elektronik yang melalui penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. Bisnis kue secara online sangat membantu masyarakat dalam melakukan pembelian makanan/minuman atau tidak, (Heryati, & Ulfah, 2019).

Bagaimana respon masyarakat dengan adanya para pebisnis kuliner online tersebut. Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui bagaimana opini masyarakat tentang bisnis kuliner online di Kota Palembang (2) Untuk mengetahui bagaimana kepuasan masyarakat tentang bisnis kuliner online di Kota Palembang (3) Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat menyukai bisnis kuliner online. (Hertati, et,all: 2022:Cristina, et,all, 2022: Anisa, 2019: Pratami, et,all, 2022: Ilyas &Hertati,2022).

Bisnis online dapat dilakukan oleh perorangan maupun berkelompok (organisasi). Di era revolusi 4.0 ini, bisnis online adalah sebuah jaringan usaha/jasa yang memberikan keuntungan yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan promosi dan proses penjualan dapat dilakukan melalui media internet dan elektronik. Dengan adanya bantuan media internet dan elektronik tentunya promosi akan lebih banyak diketahui oleh masyarakat luas, dibanding hanya dengan membuka toko dan menunggu masyarakat untuk tahu dengan sendirinya. Kemudian, dengan perkembangan teknologi yang begitu canggih membuat alat-alat pembuat makanan/minuman dapat siap secara cepat dan instan. Hal ini juga membantu proses penjualan agar lebih cepat, efisien dan higienis, (Iryanie & Handayani, 2019: Mukyani & Nurkamid, 2021: Irene, et,all, 2022: Sari, et,all, 2022: Hertati, 2022)

Bisnis online yang sedang berkembang pesat dan banyak digemari oleh para pengusaha adalah bisnis kuliner online. Bisnis kuliner online merupakan sebuah bisnis yang dapat dikelola secara mandiri atau kelompok yang berbasis makanan atau minuman dan dipromosikan melalui media online. Media online yang biasa dijadikan alat promosi untuk bisnis kuliner online tersebut adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum

dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia, (Rabiah, et,all, 2022: Sari,et,all, 2022: Susena, E., & Ratnawati, 2020: Terttiaavini & Saputra, 2021).

Heryati & Herdiansyah, (2020) menyatakan bahwa setelah melakukan pra riset dengan bertanya kepada beberapa pebisnis kuliner online di Kota Medan, alasan para pebisnis menggunakan media sosial sebagai media promosi penjualan dikarenakan media sosial adalah media yang paling efisien dan cepat dalam melakukan promosi. Hanya dengan melakukan postingan atau mengunduh kuliner yang akan dijual, maka banyak masyarakat yang sudah dapat melihat dan langsung membeli dengan melakukan obrolan (chatt/coment) pada akun yang dipakai untuk melakukan promosi tersebut, ( Saputra, et,all, 2021: Terttiaavini & Saputra, 2021)

Selain itu keuntungan dari bisnis kuliner online adalah para pebisnis tidak harus menyediakan tempat usaha serta membayar sewa toko/tempat dan sejenisnya. Hanya bermodalkan akun sosial media, semua pebisnis online dapat melakukan usaha kuliner mereka. Biasanya yang paling sering digunakan oleh para pebisnis kuliner online adalah media sosial instagram. Alasan para pebisnis kuliner memakai media sosial instagram dikarenakan instagram adalah sebuah 3 media sosial yang memposting/mengunggah foto-foto kesebuah akun pribadi pengguna/pebisnis, (Terttiaavini & Saputra, 2020: Hertati, 2022: Rachmawati, 2011: Robiah, et,all, 2022).

Oleh karena itu, penulis ingin mencari tahu lebih dalam lagi bagaimana opini masyarakat mengenai bisnis kuliner online yang sedang berkembang pesat di dunia sosial media. Apakah sangat membantu masyarakat dalam melakukan pembelian makanan/minuman atau tidak. Bagaimana respon masyarakat dengan adanya para pebisnis kuliner online tersebut. Kemudian, opini sendiri sering disebut dengan pendapat. Opini atau pendapat merupakan suatu sikap pikiran seseorang terhadap suatu persoalan, sebuah berita yang sedang naik daun, perkembangan teknologi, media, artis, hiburan dan masih banyak hal yang lain yang menimbulkan opini dari masyarakat, bisa dalam bentuk opini

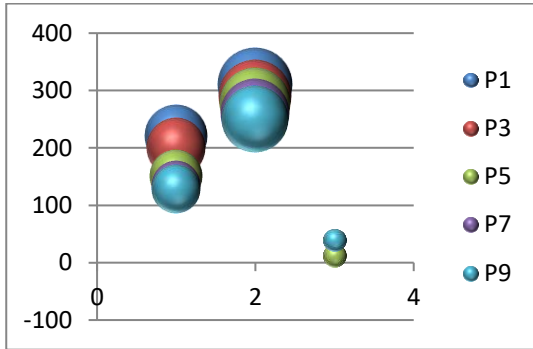
yang positif ataupun negatif. Kami mahasiswa universitas Indo Global mandiri ingin mengetahui bagaimana opini masyarakat tentang bisnis kuliner online yang sedang berkembang di dunia media sosial itu positif atau negative, (Heryati, (2018). Seberapa besar minat masyarakat untuk membeli/menggunakan jasa para pebisnis kuliner online. Dengan adanya uraian penjelasan ini, maka penulis akan menjadikannya sebagai latar belakang masalah dengan judul “Sosialisasi Pengembangan Bisnis Kuliner Online PKM Mahasiswa Indo Global Mandiri Cara Menghasilkan Cuan Di Marketplance”

### **METODE PENGABDIAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan di Kelurahan Sako Baru, Kecamatan Kenten Kota Palembang yaitu perumahan Griya Indah Mandiri dengan menggunakan metode transfer ilmu pengetahuan kepada masyarakat setempat tentang pengembangan makanan olahan siap dijual online guna menghasilkan cuan melalui pelatihan dan pendampingan. Pendampingan dan pelatihan dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pemanfaatan kreativitas ide olahan makanan siap saji sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah pemasukan ekonomi keluarga pra sejahtera bisnis dari rumah yang mencetak cuan. Untuk menelusuri apakah masyarakat telah mengetahui mengenai pengembangan produk olahan ini, kami Tim PKM membuat sebuah kuisioner *posttest dan pretest* dan dibagikan kepada masyarakat agar dengan adanya kuisioner dan sosialisasi ini masyarakat dapat menerapkan pengembangan kue produk olahan tersebut dalam bidang usahanya. Sosialisasi Pengembangan Bisnis Kuliner Online PKM Mahasiswa Indo Global Mandiri Cara Menghasilkan Cuan Di Marketplance, hal ini dapat terlihat pada tabel dan gambar dibawah ini: Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan di kota Palembang Sumatra selatan. Kegiatan ini dilakukan dengan cara survey tempat. Introduksi teknologi tepat guna dilakukan melalui metode kami gunakan adalah wawancara langsung kepada ibu-ibu keluarahan sako baru. Dari Jawaban kedua

tersebut menunjukkan tingkat persentase kenaikan pemahaman tentang bisnis kue. (Sari, et,all, 2022: Terttiaavini & Saputra, 2019: Putri, D. S., Supono & Bakti, 2022: Wulandari & Purwati, 2022: Heryati,et,all, 2019).

**Tabel 1: Hasil Penilaian Pre Tes Dan Post Test Peserta Pelaksanan Pelatihan Olahan kue**



**Tabel 2: Distribusi Hasil Wawancara Mengenai Modal Dan Keuntungan Untuk 1kali Order**

Produk	Modal	Keuntungan
Risol mayo	Rp 70.000	Rp 150.000
Sandwich	Rp 100.000	Rp 225.000
Redvelvet	Rp 200.000	Rp 480.000
Jelly Manggo Sago	Rp 100.000	Rp 150.000

**Perhitungan keuntungan:**

1 minggu 2kali open order  
 1kali open order Rp 870.000 x 2 = Rp 1.740.000/perminggu

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada program pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan bertujuan untuk mengembangkan olahan gandum dan buah-buahan dan menaikkan jumlah penjualan untuk pemasaran digital marketing di Sumatra selatan, ( Widiya, et,all, 2021: Muharisa, et,all, 2021: Alfianti, et,all, 2022).

Pelaku usaha mengaku senang dengan adanya pelatihan yang diadakan. Karena dengan adanya pelatihan ini mereka akan lebih terampil dalam pengemasan produk serta pemasaran produk yang dijual dengan menggunakan sosial media sebagai sarana penjualan produk risol mayo, sandwich, redvelvet, jelly mango sago di Sumatra selatan Meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya digital marketing dalam merencanakan sistem

penjualan e-commerce seperti facebook, Instagram, (Heryati and E. Erduandi,(2018).

Meningkatnya pengetahuan tentang pentingnya digital marketing dalam merencanakan sistem penjualan e-commerce seperti facebook, instagram dan sebagainya. Dari metode pelaksanaan ini kami mendapatkan tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan persiapan  
 Di tahap persiapan tim PKM dan UMKM menemukan suatu permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Setelah itu tim dan pelaku UMKM membahas langkah selanjutnya yaitu melakukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan kepada seluruh masyarakat dan pelaku UMKM supaya suatu permasalahan pada olahan bisnis kue online.
2. Tahapan observasi dan survei  
 Melakukan tahapan pengamatan pada kemasan produk dan elaksanakan survei kepada masyarakat bersama UMKM untuk meningkatkan daya saing olahan bisnis kue online.
3. Tahap Pengembangan Produk  
 Pada tahap ini Tim PKM dan UMKM melakukan pengembangan keripik singkong melalui kemasan dan digital marketing. Dimulai dari membuat sebuah logo untuk kemasan hingga membuat olahan bisnis kue online dengan beragam macam rasa. Setelah itu produk dipasarkan menggunakan E-commerce seperti shoope, instagram dan facebook.
4. Tahap pendampingan  
 Tahap pendampingan pada tahapan dibagi menjadi 2 macam pelatihan, yaitu:
  - Pendampingan pembuatan produk olahan bisnis kue online
  - Pendampingan tentang meningkatkan daya saing melalui kemasan
  - Pendampingan pembuatan media sosial
  - Pemasaran dengan menggunakan E-commerce
 Daya saing mencakup efisiensi (mencapai sasaran dengan biaya serendah mungkin) dan efektivitas (memiliki sasaran yang tepat). Pilihan tentang inilah yang sangat menentukan dari sasaran industri. Daya saing meliputi baik tujuan akhir dan

cara mencapai tujuan akhir tersebut. Kemampuan UMKM atau industri dalam menghadapi tantangan persaingan dari para pesaing asingnya.



**Gambar 1: Cara Olahan bisnis kue Online**



**Gambar 2 : Jenis Olahan bisnis kue Online**



**Gambar 3: Jenis kue Olahan**

Kegiatan sosial dilaksanakan sesuai dengan rencana pada tanggal 14 September sampai dengan 15 oktober 2022 di Sumatra selatan. Hasil dari kegiatan PKM ini menghasilkan produk baru dari gadum dan buah-buahan. Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan

usaha. Lokasi usaha dipasarkan dari rumah lewat media online yang menarik perhatian pembeli sehingga menghasilkan cuan. Letak atau lokasi tempat tinggal akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan gofood dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga akan membeli, tapi persentasenya kecil. Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga menentukan apakah sebuah supermarket, minimarket, atau swalayan, pesta sekedkahan dan ulang tahun serta acara-acara lainnya sehingga pemesan banyak. Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon hadiah dan kebijakan penjualan. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Demi mendapatkan sebuah barang atau jasa yang diinginkan seorang konsumen harus rela membayar sejumlah uang. Bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi, (Priadi, et,all, 2022: Yuniarti,et,all, 2013: Hertati, 2022: Pratiwi, et,all 2022).

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilaksanakan oleh kami sebagai peneliti di Sumatra selatan yaitu mengadakan sosialisasi pengembangan produk makanan, serta pendampingan penggunaan digital marketing. Digital Marketing diharapkan mampu meningkatkan jumlah konsumen yang otomatis akan sejalan dengan peningkatan omset penjualan dari pemilik usaha di masing-masing mitra yang ada di Sumatra selatan. Hasil dari Pengabdian Kepada Masyarakat Sumatra selatan yaitu harus terlebih dahulu memiliki sosial media seperti Instagram dan Facebook, selain itu pemilik usaha kuliner online memiliki kemampuan mengelola media sosial dan memiliki pengetahuan tambahan tentang Digital Marketing sebagaimana telah disampaikan pada saat pelaksanaan sosialisasi pengembangan usaha kuliner online. Program

pengabdian. ini telah berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan ini mendapat sambutan yang sangat baik sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan para pemilik usaha kuliner online yang ada di Sumatra selatan tersebut. Pada pelatihan ini masyarakat mendapatkan banyak pengetahuan dan bisa merubah pola pikir dan semangat dalam menciptakan wirausaha serta dampak pentingnya perkembangan kemasan dan digital marketing dalam usaha kuliner online.

### **SARAN**

Dari serangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilaksanakan di Sumatra selatan banyak sekali hal yang menjadi potensi keberlanjutan untuk mengembangkan kemasan, pengembangan pemasaran melalui media sosial seperti facebook dan instagram. Digital marketing sampai sekarang masih belum diterapkan dengan baik oleh para pelaku usaha kuliner online di Sumatra selatan . Maka dari itu mahasiswa/i penyelenggara sosialisasi program kerja juga memberikan sedikit pembahasan mengenai pentingnya pengembangan kemasan dan pemasaran demi meningkatkan ketrampilan dan profitabilitas pelaku usaha kuliner online di Sumatra selatan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adriansah, & Yustita, E. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Hal 1-9.
- Alfiantil, Hertati.L, Syafitri.L, Munandar.A, Hendarmin.R. 2022 Sosialisasi Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Umkm Potensi Desa Petanang Melalui Peningkatan Kemampuan Sumber Daya Manusia Program KKN Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima) Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat | Prima* 1 (4) 153-162. <https://ojs.transpublika.com/index.php/PRIMA/>
- Annisa. *Struktural Packaging Design LPPM UIS*; 2019; Rencana Induk Penelitian Sekolah Tinggi Teknik Ibnu Sina Batam tahun 2013 – 2030
- Cristina, N. N., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Manfaat Inovasi Pengolahan Singkong Desa Petanang Serta Fungsi Media Aplikasi Promosi Digital Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 141-152.
- Hertati.L.Asmawati.Syafitri.L Hendarmin.R(2022). Pelatihan Peran Inovasi, E-Commerce, Ekosistem Mendorong Inovasi Produk Unggulan Desa. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* DOI: <https://doi.org/10.46963/ams.v3i1.522>
- Hartati1.L, Asmawati, Hendarmin.R, Syafitri.L.2021. Pelatihan Limbah Nanas Pewarna Alami Kain Jumputan Masyarakat Prabumulih Era Covid-19. *Abdimasy: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 77-91. <https://doi.org/10.46963/ams.v2i2.408>
- Hartati1.L, Asmawati, Hendarmin R, Syafitri.L.(2021). Pelatihan Pemberdayaan Jus Sirsak Sebagai Minuman Kesehatan Olahan Alami Pencegah Kanker. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima)* 1 (1) 37-46. <https://ojs.transpublika.com/Index.Php/Prima/>
- Hertati.L, Puspitawati.P. Gantino.R, Ilyas.M.(2022). The Sales Volume And Operating Costs As Key Influencing Factors In Covid-19 Pandemic Era. *Global Journal of Accounting and Economy Research* 3, ( 1), 2022, pp. 83-105. [doi.org/10.46791/gjaer.2022.v03i01.05](https://doi.org/10.46791/gjaer.2022.v03i01.05)
- Hertati1 Asmawati, Ilyas, Syahfitri, Hendarmin.2022. Determinans PSAK 23 Terhadap Penyajian Pelaporan Keuangan Perusahaan Dagang Era Pademic Covid-19 Pada UMKM di Indonesia. *Media Manajemen Jasa*. 10 (1) 70-83
- Hertati.L, 2022.Akuntansi Sektor Publik. PT. Global Eksekutif Teknologi. ISBN : 978-623-8004-48-5
- Hertati.L, 2022. Green Accounting: Akuntansi dan Lingkungan. *Media Sains Indonesia*, 6233625904, 9786233625906
- Heryati. A, Afriyani. F And Ulfah. B, (2020). “Pelatihan Packaging Produk Makanan Ringan Dan Otak-Otak Pada Kampung Kb Layang-Layang”, *Prosiding Seminar Nasional Avoer Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Avoer 12 Fakultas Teknik Universitas Sriwijaya*

- Heryati and M. I. Herdiansyah, (2020) "The Application of Data Mining by Using K-Means Clustering Method in Determining New Students' Admission Promotion Strategy," *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, vol. 9, no. 3, pp. 824–833, 2020.
- Heryati and E. Erduandi,(2018) "Sistem Informasi Pengembangan Karir Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri," *J. Inform. Glob.*, 8, (2), 2018.
- Heryati, A., Yulianti, E., Sartika, D., Saluza, I., & Sanmorino, A., 2019 "The design of smart notification on android gadget for academic announcement," *TELKOMNIKA (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 17, (1), pp. 147-152, 2019
- Heryati, A. (2018). Hubungan Antara Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) K3 dan Pemberian kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Devisi Regional III Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 9(1), 71-76.
- Pratami.S,Hertati.L, Puspitawati.L, Gantino.R, Ilyas.M .(2021). Teknologi Inovasi Pengolahan Limbah Plastik Menjadi Produk Umkm Guna Menopang Ekonomi Keluarga Dalam Mencerdaskan Keterampilan Masyarakat. *Unit Publikasi Ilmiah Perkumpulan Intelektual Madani Indonesia 1*, ( 1), pp. 1-11
- Ilyas.M.&Hertati.L(2022) Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Modal Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*. 11(2) 190-205. DOI 10.34010/jika.v11i2.6744
- Iryanie, E., & Handayani, M. (2019). *Akuntansi Biaya*. Deepublish.
- Irena.A, Hertati.L, Hendarmin.R, Asmawati, Romri.H.2022.Kuliah Kerja Lapangan Tematik Mendukung MbkmMahasiswa Indo Global Mandiri Mendaping Tunawisma Bertahan Hidup Pada Perkumpulan Sikh Di Australia Barat. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima)* 2 (1) 40-51
- Mahasiswa, P. K. (2006). Pengembangan opini masyarakat tentang bisnis kuliner online. *Penelitian*, 50-62.
- Mulyani, S., Gunawan, B., & Nurkamid, M. (2021). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi UMKM Kabupaten Pati. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 181-187.
- Rachmawati, R., 2011, Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2 (2), 143150.Rachmawati, R., 2011, Peranan Bauran
- Rabiah.S; Hertati.L, Puspitawati.L Gantino.R. Ilyas.M.2022.Pengaruh Basis Pemberdayaan Masyarakat Desa Terhadap Kreativitas Kelompok Masyarakat Desa Guna Meningkatkan Taraf Hidup Masyarakat Desa Era Covid-19. *Indonesia Berdaya*, 3(1) Januari 2022:1-20
- Sari.D.R, Shellamitha.D, Pratama.Y, Hertati.L, Hendarmin.R, Syafitri.R, Munandar.A. 2022.Pkm Pengembangan Produk Lokal Singkong Menjadi Keripik Singkong Rasa Balado Khas DesaPetanang Program Mbkm Kkn Tematik. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima)* 1 (1)
- Susena, E., & Ratnawati, A. Y. (2020). Manajemen Marketing Era Digital Bagi Pengrajin Mebel di Kecamatan Karangmalang, Sragen, Jawa Tengah Untuk Meningkatkan Penjualan.
- Saputra.Y, Hertati.L, Puspitawati.L, Gantino.R, Ilyas.M.(2021). Pengembangan Kuliner Kue Lumpang Khas Daerah Lahat Guna Melestarikan Kuliner Asli Daerah. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 46-52. <https://doi.org/10.46963/ams.v2i1.335>.
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2022). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Etika Berdigital Bagi Pelajar Di Kota Palembang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 2155-2165.
- Terttiaavini, T., Sofian, S., & Saputra, T. S. (2021). Pendampingan Penyusunan Program Rencana Kerja Badan Usaha Milik Desa Dalam Rangka Optimalisasi Potensi Desa Serijabo Ogan Ilir Sumatera Selatan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3536-3546
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk Umkm Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (KB) Layang-Layang Palembang. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 697-703.
- Terttiaavini, M. L., Yulius, Y., & Saputra, TS (2020). Evaluating the Kemplang Tunu Production Training for Low Income and Education Communities Using the Kirkpatrick Model. *Atlantis Press*, 151, 238-242.

- Terttiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan “Kemplang Tunu” Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(1).
- Terttiaavini, T., Fitriani, A., & Saputra, T. S. (2018). Peningkatan Kompetensi Guru Dalam Pembuatan Bahan Ajar Menggunakan Media Pembelajaran Smart Learning Di Kabupaten Sembawa Sumatera Selatan. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 1(1).
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Putri, D. S., Supono, I., & Bakti, P. (2022). Pelatihan Harga Pokok Produksi Untuk Meningkatkan Pengelolaan Usaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 178-182.
- Priandi.M.R, Wijaya.P.O, Khalilly.M.N, Hertati.L, Hendarmin.R, Syafitri.R, Munandar.A. 2022.Pkm Peningkatan Daya Saing Olahan Keripik Singkong Rasa Jamur Melalui Pengembangan Kemasan Dan Digital Marketing Di Desa Petanang Program Kkn Tematik Mbkm. *Portal Riset dan Inovasi Pengabdian Masyarakat* 2 (1) 20-29
- Wulandari, E., Prasetyo, M. S., & Purwanti, T. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Di Usaha Sepatu Mojo, Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Dalam Menentukan Harga Jual. *Jurnal Budimas*, 2715-8926.
- Yuniarti, Rahmi, Arif Rahman, DaMoch.Choiri, 2013, *StrategPemasaran Pada Ukm KeripiTempe Sanan Malang*, *JurnaTeknik Industri*, Vol. 14, No. 2Agustus 2013: 173–183