

## SOSIALISASI SERTA PEMBINAAN KULINER DAN NON KULINER KEPADA MASYARAKAT DI KELURAHAN TUNJUNGSEKAR INDONESIA

### SOSIALIZATION AND MENTORSHIP IN THE ASPECTS OF CULINARY AND NON-CULINARY FOR COMMUNITY ON TANJUNGSEKAR, INDONESIAN

Raditya Feda Rifandhana<sup>1</sup>, Richo Surya Pradana, Susianto, Wiki Dwiningrum, Agung Budi Laksono, Ivan Prasetyo

<sup>1</sup>Corresponding author, Email: [raditya.feda@unmer.ac.id](mailto:raditya.feda@unmer.ac.id)

Universitas Merdeka Malang, Jl. Terusan Raya Dieng No. 62-64 Malang, Jawa Timur, Indonesia

Paper received: 08-09-2022; revised: 14-11-2022; accepted: 02-09-2023; published: 30-04-2024

How to cite (APA Style): Rifandhana, R. F., Pradana, R. S., Susianto, S., Dwiningrum, W., Laksono, A. B., & Prasetyo, I. (2024). Sosialisasi serta pembinaan kuliner dan non kuliner kepada masyarakat di Kelurahan Tunjungsekar Indonesia. *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 7(1), 1-10. DOI: 10.17977/um022v7i1p1-10

#### Abstract

This community service aims to provide knowledge about business permits and online marketing to culinary and non-culinary business actors. The service method involves communicating with the community and sub-district heads in Tunjungsekar Village. This approach is integrated as a learning and practice method, which includes online marketing theory and business license theory, as well as direct practice of online marketing via social media and business license registration via OSS Online. The results of this service include increasing the knowledge and experience of business actors, socializing online marketing, and registering business permits in 2022. The results of this service are expected to increase income for culinary and non-culinary business actors (laundry services).

**Keywords:** coaching; society; culinary product; non culinary product

#### Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menyediakan pengetahuan tentang ijin usaha dan pemasaran online kepada pelaku usaha kuliner dan non-kuliner. Metode pengabdian melibatkan pendekatan komunikasi kepada masyarakat dan kepala kelurahan di Kelurahan Tunjungsekar. Pendekatan ini diintegrasikan sebagai metode pembelajaran dan praktek, yang mencakup teori pemasaran online dan teori ijin usaha, serta praktek langsung pemasaran online melalui media sosial dan pendaftaran ijin usaha melalui OSS Online. Hasil dari pengabdian ini meliputi peningkatan pengetahuan dan pengalaman pelaku usaha, sosialisasi pemasaran online, pendaftaran ijin usaha Tahun 2022. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha kuliner dan non-kuliner (jasa *laundry*).

**Kata kunci:** pembinaan; masyarakat; produk kuliner; produk non kuliner

#### PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat merupakan kegiatan yang melibatkan berbagai upaya untuk terjun ke lapangan dengan tujuan membantu masyarakat dalam mengatasi masalah yang ada. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Tunjungsekar, yang menyediakan tempat untuk kegiatan pembinaan. Kelurahan Tunjungsekar terletak di wilayah Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Perekonomian di Kelurahan Tunjungsekar cukup baik dan mapan. Kawasan ini dikenal sebagai pusat mebel dan furnitur di Kota Malang. Selain itu,

sebagian penduduk bekerja sebagai buruh pabrik dan pedagang. Ada juga usaha kuliner di sekitar pinggir jalan serta usaha non-kuliner seperti *laundry*. Bisnis *laundry* pada UMKM adalah kegiatan yang menjadi dasar industri rumah tangga yang mengembangkan perekonomian penduduk (Priyono & Rahmadanik, 2022). Peta Lokasi disajikan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Tunjungsekar, Kota Malang, Jawa Timur**

Penduduk Tunjungsekar Kota Malang memiliki beragam pekerjaan. Beberapa di antaranya bekerja sebagai karyawan di perusahaan industri, sementara yang lain menjadi driver Gojek. Selain itu, terdapat warga yang memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), baik dalam sektor kuliner maupun non-kuliner.

Dalam sektor kuliner, terdapat usaha nasi kotak dan nasi tumpeng-hajatan. Nasi tumpeng hajatan memiliki makna khusus dalam tradisi Jawa, yang melambangkan kebarokahan dan makna spiritual. Selain itu, dalam kepercayaan Hindu, tumpeng juga melambangkan gunung yang dihormati (Muntaha, Saputra, & Lathifa, 2023). Salah satu pemilik usaha kuliner ini adalah Ibu Erni, yang memiliki bisnis dengan nama "Dapurrisi." Sedangkan di sektor non-kuliner, terdapat usaha jasa cuci pakaian (*laundry*) yang dimiliki oleh Mbak Rina dan keluarganya dengan nama usaha "Omah Laundry Malang". Pada kunjungan awal tersebut, tim melakukan sosialisasi singkat terkait pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk memasarkan usaha. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan keberhasilan usaha (Walga, Sinaga, Napitupulu, & Siregar, 2023).

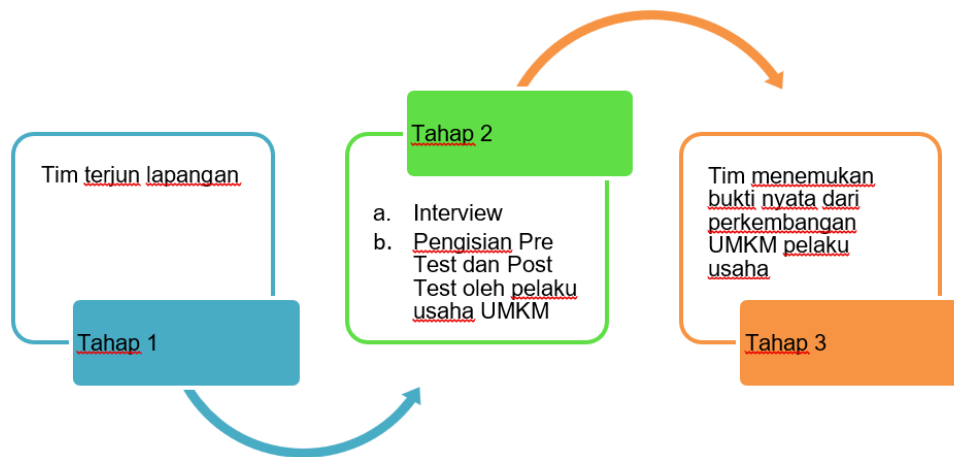
Lebih lanjut, pemahaman tentang kuliner memiliki asal-usul dari kata "*culinary*" dalam bahasa Inggris. Kata ini merujuk pada seni memasak dan kemampuan dalam memilih bahan mentah yang akan diolah menjadi hidangan yang menarik. Oleh sebab itu, ilmu kuliner tidak hanya tentang memasak, tetapi juga melibatkan pemilihan bahan berkualitas untuk menciptakan hidangan yang lezat, bersih, dan bergizi (Karina & Amrihati, 2017). Sehingga bisnis kuliner, yang merupakan mata pencaharian bagi sebagian warga, memerlukan perhatian khusus dalam pengembangan dan inovasi. Salah satu jenis inovasi yang bisa diterapkan adalah inovasi dalam pemasaran kuliner. Hal ini penting untuk mengembangkan bisnis UMKM kuliner (Wijoyo & Krisnawati, 2022).

Di sisi lain, UMKM non-kuliner juga memiliki potensi dalam mendukung perekonomian warga, seperti bisnis jasa pencucian pakaian atau *laundry*. Usaha semacam ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan warga, terutama dalam situasi di mana orang sibuk dan tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian mereka sendiri. Bisnis *laundry* ini seringkali berlokasi dekat dengan tempat tinggal pelanggan dan memiliki pelanggan tetap yang sering membuat perjanjian pelayanan (Sufiyanto, Andrijono, & Wiyati, 2017). Selain itu, bisnis

laundry ini juga membantu menjaga kebersihan dan keseimbangan kebutuhan sandang warga sekitar (Syamsiah, Anna, Irmayani, & Hardi, 2023).

## METODE

Program pengabdian masyarakat ini berlangsung dari bulan Juli hingga Desember 2022 yang memanfaatkan dua metode utama, yaitu sosialisasi dan pembinaan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan UMKM melalui pemasaran online, kemudian diikuti oleh sosialisasi dan pembinaan terkait perizinan usaha melalui OSS online. Hal ini melibatkan koordinasi intensif dengan mitra yang merupakan pemilik usaha UMKM, baik dalam sektor kuliner maupun non-kuliner. Pendekatan terhadap mitra bertujuan untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usaha mereka di bidang kuliner dan non-kuliner. Selain itu, tim akan memberikan pandangan yang dapat membantu dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Adapun langkah-langkah kegiatan disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Langkah Kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pendampingan dalam Pembuatan Akun Media Sosial Bisnis

Dalam upaya mengatasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM terkait pemasaran yang secara langsung memengaruhi pendapatan, tim telah melaksanakan serangkaian kegiatan sosialisasi dan pendampingan. Upaya ini bertujuan untuk memperkenalkan strategi pemasaran *online* kepada pelaku usaha UMKM dan membantu dalam pembuatan akun resmi di platform seperti *WhatsApp Business*, Instagram, dan Facebook. Langkah ini diambil untuk memperluas jangkauan pemasaran dan mencapai target pasar yang lebih luas, dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan para pelaku usaha UMKM. Hal tersebut tidak terlepas dari kemajuan teknologi. Pemasaran tidak hanya dilakukan secara manual, tetapi juga bisa dengan memanfaatkan teknologi untuk melakukan strategi pemasaran *online*.

Menurut pendapat Kotler (Widhajati, 2019), pemasaran online memiliki beberapa keuntungan yang signifikan, antara lain: 1) fleksibilitas dalam menyesuaikan harga dengan pasar yang berubah-ubah, 2) potensi untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif, 3) kemampuan untuk berinteraksi lebih cepat dengan konsumen melalui aplikasi obrolan (*chat*), dan 4) kemampuan untuk mencapai *audiens* yang lebih luas dan lebih menarik melalui berbagai saluran *online*.

Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat bertindak sebagai fasilitator untuk membantu pelaku usaha UMKM dalam membuat akun *WhatsApp Business*, Instagram, dan Facebook sebagai langkah awal dalam menerapkan strategi pemasaran *online* yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan.

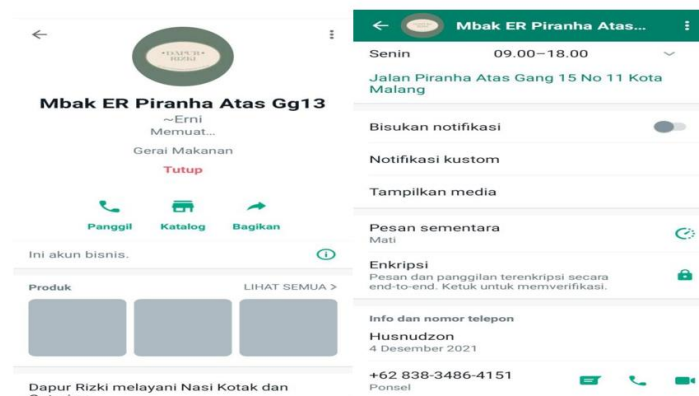
### **Pendampingan Pembuatan Akun *WhatsApp Business***

Pendampingan dalam pembuatan akun *WhatsApp Business* merupakan langkah awal yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat untuk membantu pelaku usaha UMKM dalam menjalankan komunikasi dan pemesanan produk. Proses ini melibatkan serangkaian langkah-langkah, mulai dari mengunduh dan membuka aplikasi *WhatsApp Business*, memilih negara, hingga memasukkan nomor telepon dengan format yang sesuai, serta menunggu kode verifikasi yang akan dikirimkan melalui SMS atau panggilan telepon. Selanjutnya, pelaku usaha UMKM dapat membuat profil bisnis dengan menambahkan nama bisnis, memilih kategori bisnis, dan menambahkan foto profil bisnis. Selain itu, pelaku usaha juga dapat menyusun profil bisnis dengan informasi seperti deskripsi bisnis, alamat, jam kerja, serta menambahkan tautan ke situs web, Grabfood, Gofood, akun Instagram, atau *platform* lain jika tersedia.

Menurut Prastyadewi, Sarikanti, dan Dewi (2023), pendampingan dalam kegiatan sejenis ini sangatlah penting. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha UMKM seringkali memiliki keterbatasan dalam hal teknologi dan pembuatan profil media sosial. Sehingga dengan bantuan tim pengabdian masyarakat, pelaku usaha dapat mengatasi hambatan ini dan memanfaatkan potensi pemasaran *online* melalui *WhatsApp Business*. Gambar 3 menunjukkan proses pendampingan pembuatan akun *WhatsApp Business* dan Gambar 4 menunjukkan salah satu akun *WhatsApp Business* yang telah dibuat.



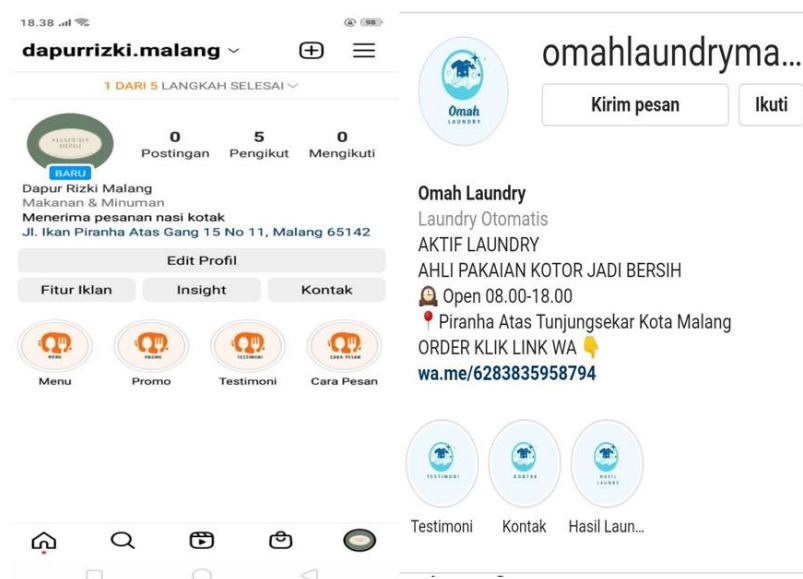
**Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Akun *WhatsApp Business***



**Gambar 4. Hasil Pembuatan Akun *Wa Business* Pelaku Usaha UMKM**

### ***Pendampingan Pembuatan Akun Instagram Bisnis***

Pelaku usaha UMKM seringkali memanfaatkan Instagram sebagai platform populer untuk memperkenalkan dan memikat konsumen potensial. Akun Instagram bisnis dapat dibuat dengan langkah-langkah yaitu pertama membuka aplikasi Instagram dan memilih opsi "Daftar." Kemudian, mendaftarkan menggunakan alamat email, lalu memasukkan kode verifikasi yang telah diterima dari Instagram melalui email yang telah didaftarkan. Setelah itu, memasukkan nama akun Instagram yang ingin digunakan beserta kata sandi yang aman. Selanjutnya ditambahkan juga informasi pribadi seperti tanggal lahir, dan membuat username yang unik. Dengan menyelesaikan langkah-langkah ini, akun Instagram bisnis telah berhasil dibuat dan siap digunakan untuk mempromosikan usaha UMKM. Hal ini adalah langkah yang penting dalam memanfaatkan potensi pemasaran melalui platform media sosial yang populer seperti Instagram. Contoh hasil pembuatan akun Instagram bisnis disajikan pada Gambar 5.



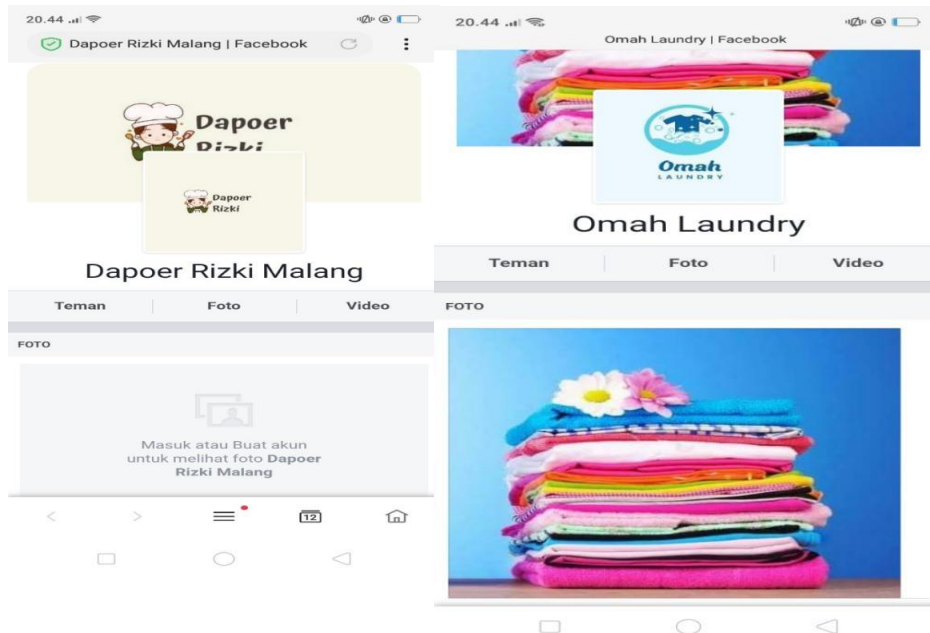
**Gambar 5. Contoh Hasil Pembuatan Akun Instagram Bisnis**

### ***Pendampingan Pembuatan Akun Facebook Business***

*Facebook Business* telah menjadi salah satu alat pemasaran *online* yang sangat diminati oleh berbagai kalangan. Proses pembuatan akun *Facebook Business* melibatkan serangkaian langkah-langkah yang harus diikuti dengan cermat. Pertama, membuka situs web [business.facebook.com/create](https://business.facebook.com/create) dan memilih opsi "Buat Akun." Selanjutnya, memasukkan nama dan melakukan konfirmasi identitas dengan menggunakan kredensial masuk Facebook yang telah dimiliki. Setelah itu, mengikuti petunjuk yang muncul untuk membuat akun bisnis. Terakhir menyiapkan metode pembayaran. Hal ini diperlukan untuk membuat iklan di platform Facebook. Hasil dari pembuatan akun *Facebook Business* ini dapat dilihat pada Gambar 6.

Pelatihan ini memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya komunikasi melalui media sosial sebagai sarana untuk mengembangkan bisnis. Selain itu, pelatihan ini juga membantu pelaku usaha dalam membuat dan mengelola media sosial untuk usaha yang dilakukan (Widhajati, 2019).





Gambar 6. Hasil Pembuatan Akun *Facebook Business*

### Pendampingan Pendaftaran Izin Usaha secara *Online* melalui Sistem OSS

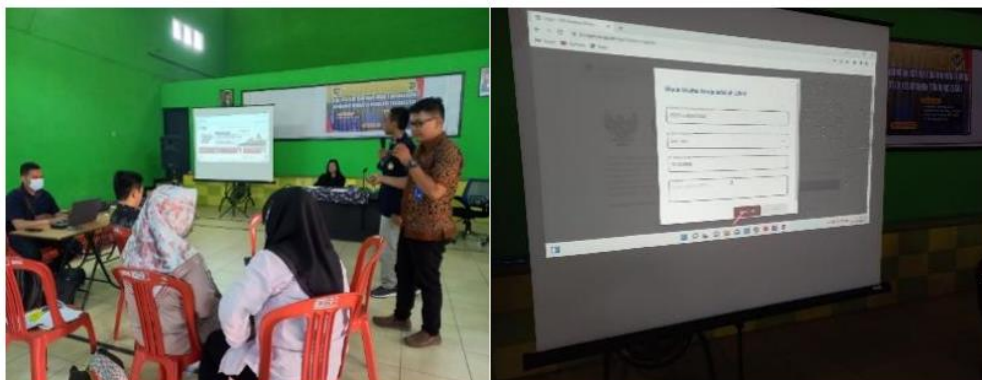
Data dari World Bank pada tahun 2018 menunjukkan bahwa saat ini Indonesia berada di peringkat 73 dari 100 negara dengan kategori kemudahan berusaha. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia telah melakukan sejumlah perbaikan dalam upaya memudahkan para pengusaha dan pelaku bisnis dalam mengurus izin usaha. Meskipun begitu, proses pengurusan izin usaha di Indonesia masih memerlukan waktu yang cukup lama, yaitu hingga 20 hari. Perbandingannya dengan negara-negara Asia lainnya, seperti China yang hanya memerlukan 9 hari, Malaysia 13 hari, dan Thailand 5 hari, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam waktu pengurusan izin usaha.

Pemerintah Indonesia telah merespons permasalahan ini dengan mengeluarkan kebijakan yang dikenal dengan nama OSS (*Online Single Submission*) *online*. Kebijakan ini bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat proses pengurusan izin usaha secara *online*. OSS merupakan langkah konkret yang diambil pemerintah untuk meningkatkan daya saing Indonesia dalam hal kemudahan berusaha dan untuk mendorong pertumbuhan sektor bisnis (Soejono et al., 2020).

Pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, telah berkomitmen untuk menyediakan kemudahan dalam berusaha. Hal ini tercermin dalam Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2021 yang mengatur usaha mikro dengan modal di bawah 50 juta rupiah serta usaha kecil dengan modal 50 juta rupiah. Selain itu, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan peraturan turunannya, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, juga mengatur lebih lanjut terkait kemudahan berusaha. Adanya NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk usaha mikro yang tidak memakan waktu lama menjadi salah satu upaya untuk mendukung pelaku usaha UMKM (Marthalina & Khairina, 2022). Izin usaha merupakan aspek penting dalam berbagai bidang usaha, baik dalam perusahaan besar maupun UMKM (Ghifarian & Supriyono, 2023; Tafriyanto, Aini, Hasanah, Kusyairi, & Susanti, 2022). Legalitas usaha memberikan perlindungan hukum, memungkinkan promosi yang lebih efektif, menunjukkan ketaatan terhadap hukum yang berlaku, mempermudah dalam mendapatkan proyek, dan memfasilitasi pengembangan bisnis (Fitriani, 2017).

Namun, masih banyak pelaku usaha yang belum mengetahui proses pendaftaran melalui OSS. Oleh sebab itu, untuk mengatasi permasalahan ini, dilakukan pendampingan dalam pendaftaran izin usaha secara *online* melalui sistem OSS. Selain itu, juga dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya perizinan dalam dunia usaha. Pendampingan dan sosialisasi ini merupakan langkah konkret untuk membantu pelaku usaha, terutama UMKM, agar dapat memahami, mengurus, dan memperoleh legalitas usaha dengan lebih mudah dan cepat.

Proses pendaftaran izin usaha melalui Sistem OSS (*Online Single Submission*) dimulai dengan mengakses situs resmi OSS melalui alamat [oss.go.id](http://oss.go.id). Pada halaman utama, pengguna memilih kategori "Kelompok Usaha Mikro dan Kecil (UMK)" untuk jenis usaha yang akan didaftarkan, serta "Usaha Orang Perseorangan" sebagai jenis pelaku usaha yang sesuai. Selanjutnya, nomor ponsel yang masih aktif dimasukkan untuk proses verifikasi, dan opsionalnya, alamat email juga dapat dimasukkan sebagai alternatif verifikasi. Setelah menerima kode verifikasi enam digit melalui *WhatsApp* atau email, langkah selanjutnya adalah mengisi data diri sesuai dengan informasi pada kartu identitas (KTP) pada borang yang telah disediakan. Data yang diisi harus benar dan akurat. Terakhir, proses pendaftaran selesai dengan menandai centang persetujuan di bagian bawah halaman. Setelah memverifikasi akun OSS, pengguna dapat langsung menggunakan akun tersebut untuk melihat, mengunduh, dan mencetak dokumen Izin Komersial atau Operasional yang berlaku efektif sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada OSS 1.1. Proses ini memudahkan pelaku usaha, terutama UMKM, dalam mengurus izin usaha secara online sehingga lebih efisien dan cepat. Gambar 7 menunjukkan proses pendampingan pendaftaran izin usaha.



**Gambar 7. Pendampingan Pendaftaran Izin Usaha**

Saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sedang mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 14,5 juta, yang setara dengan 6% dari total jumlah penduduk. Hal ini menunjukkan tingginya minat masyarakat Indonesia untuk terlibat dalam dunia usaha. Pertumbuhan UMKM ini berpotensi memberikan dampak positif pada perekonomian negara. Namun, kesuksesan UMKM juga harus diimbangi dengan pemahaman yang baik mengenai konsep perizinan usaha di Indonesia.

Izin usaha adalah langkah penting dan persetujuan dari pihak berwenang yang diperlukan oleh para pelaku usaha. Ini adalah langkah yang diperlukan untuk melindungi dan melegalkan usaha yang dilakukan (Krisnawati, Ely, Dhany, Izzah, & Septiana, 2022). Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi yang aktif kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perizinan usaha, diharapkan pelaku UMKM dapat menjalankan usaha mereka dengan lebih aman dan mendapatkan perlindungan hukum yang diperlukan.

## Implementasi Pemasaran dalam Rangka Peningkatan Produk serta Pendapatan Pelaku Usaha UMKM

Hasil temuan dari penjelasan mitra mengenai perkembangan usaha Dapur Rizki dan Omah Laundry yang melibatkan penggunaan media sosial seperti *WhatsApp Business*, *Instagram Business*, dan *Facebook Business* menunjukkan bahwa pengembangan usaha mereka memerlukan waktu sekitar satu bulan. Selama periode ini, hasil yang diperoleh kurang memuaskan. Oleh karena itu, tim juga melakukan upaya promosi melalui berbagai *platform* media sosial seperti TikTok, YouTube, dan situs web. Selain itu, kedua pelaku usaha juga telah mendaftarkan izin usaha melalui sistem online OSS (*Online Single Submission*) pada saat pelatihan dan telah berhasil mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai tanda legalitas usaha (Gambar 8 dan 9).

Usaha Dapur Rizki dan Omah Laundry mengalami peningkatan omset bulanan secara signifikan yaitu 100% dibanding sebelum menggunakan media sosial. Selain itu, sebelum pelatihan, kedua pelaku usaha tidak memiliki legalitas ijin usaha. Pada akhir pelatihan, pemilik usaha telah berhasil mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai tanda legalitas usaha. Hasil-hasil ini memberikan gambaran positif tentang dampak dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim di Kelurahan Tunjungsekar. Peningkatan ekonomi dan legalitas usaha menjadi bukti konkret bahwa pelatihan dan sosialisasi telah memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha mikro dan kecil di lingkungan tersebut. Dengan demikian, secara garis besar kegiatan ini berhasil dalam memberikan dukungan dan peningkatan pada usaha mikro dan kecil di wilayah tersebut.



Gambar 8. Nomor Induk Berusaha (NIB) Pelaku Usaha Omah Laundry Malang





Gambar 9. Gambar Nomor Induk Berusaha (NIB) Dapur Riski Malang

## KESIMPULAN

Pengembangan usaha para pelaku usaha, terutama UMKM, tidak hanya bergantung pada dukungan pemerintah, tetapi juga dapat ditingkatkan melalui kontribusi akademisi dengan ide-ide inovatif. Pendekatan modern dan menarik dalam pengembangan UMKM dapat menarik minat pembeli, baik dalam sektor kuliner maupun jasa seperti *laundry*. Selama kegiatan berlangsung, warga telah diberikan pengetahuan penting tentang pemasaran *online* dan proses perizinan usaha melalui OSS *online*. Hal ini telah menghasilkan peningkatan pendapatan warga serta pemberian sertifikat izin usaha *online*, yang merupakan langkah positif dalam mengembangkan usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kerjasama antara pemerintah, akademisi, dan masyarakat dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan dan keberlanjutan usaha UMKM.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Merdeka Malang atas hibah dana internal yang telah diberikan, yang telah menjadi salah satu pilar utama pendukung berjalannya program sosialisasi ini. Selain itu, kami juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pejabat dan warga di lingkungan Kelurahan Tunjungsekar, Kota Malang, yang telah bekerjasama dan membantu dalam menyediakan sarana yang diperlukan untuk melaksanakan program ini. Dukungan dan partisipasi aktif dari semua pihak ini telah menjadi kunci kesuksesan pelaksanaan program sosialisasi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Fitriani, R. (2017). Aspek hukum legalitas perusahaan atau badan usaha dalam kegiatan bisnis. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 136–145.

- Ghifarian, M. S., & Supriyono, S. (2023). Peningkatan pengetahuan dan pendampingan pembuatan NIB melalui aplikasi online single submission UMKM Desa Bareng. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan untuk Negeri*, 2(2), 139–146.
- Karina, S. M., & Amrihati, E. T. (2017). *Pengembangan kuliner*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Krisnawati, T., Elly, M. I., Dhany, U. R., Izzah, N., & Septiana, M. D. (2022). Membangun UMKM melalui pengurusan izin usaha di era digital. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 6(2), 291–300.
- Marthalina, M., & Khairina, U. (2022). Sosialisasi dan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui Online Single Submission (OSS) kepada pelaku usaha mikro di Desa Sukahayu Kecamatan Rancakalong Kabupaten Sumedang. *Civitas Consecratio: Journal of Community Service and Empowerment*, 2(1), 51–63.
- Muntaha, M., Saputra, E., & Lathifa, L. (2023). Filosofi makanan tradisional khas Muharam (studi di Desa Jatisari, Kecamatan Sambu, Kabupaten Boyolali). *Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Prastyadewi, M. I., Sarikanti, N. K. A., & Dewi, D. P. C. M. (2023). Pendampingan penggunaan media sosial untuk pemasaran pada UD. Tani Karya. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 2(1), 376–381.
- Priyono, B. P. C., & Rahmadanik, D. (2022). Meningkatkan omzet UMKM jasa laundry di era new normal dengan inovasi layanan self laundry di Kampung Dharmawangsa. *Prosiding Patriot Mengabdikan*, 1(01), 10–16.
- Soejono, F., Sunarni, T., Bendi, R. K. J., Efila, M. R., Anthony, S., & Angeliana, W. (2020). Pendampingan usaha: Penggunaan one single submission untuk ijin usaha. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 103–108.
- Sufiyanto, S., Andrijono, D., & Wiyati, N. M. (2017). IbM wirausaha Carpet Laundry dalam upaya peningkatan teknologi proses dan manajemen operasional bisnis. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 2(1), 8–19.
- Syamsiah, N. O., Anna, A., Irmayani, W., & Hardi, N. (2023). Hibah dan pelatihan aplikasi Siyandry pada Perum Laundry Pontianak. *Pena Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 15–20.
- Tafriyanto, C. F., Aini, S. D., Hasanah, S. I., Kusyairi, K., & Susanti, L. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM Desa Branta Tinggi, Tlanakan, Pamekasan. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 105–109.
- Walga, R. P., Sinaga, I. A., Napitupulu, F., & Siregar, A. J. (2023). Pendampingan pada Rizki Coin Laundry dalam meningkatkan pendapatan usaha melalui rencana pemasaran dan pemanfaatan media sosial. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 49–56.
- Widhajati, E. (2019). Strategi pemasaran online terhadap peningkatan penjualan UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung. *BENEFIT*, 6(1), 58–66.
- Wijoyo, T. A., & Krisnawati, S. N. (2022). Peningkatan inovasi kuliner lokal desa wisata Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 2(1), 1–14.