

**MODIFIKASI DAN INOVASI OLAHAN RINGAN BAKSO AYAM MENJADI
KERIPIK BASRENG OLAHAN PROGRAM MBKM
MAHASISWA INDO GLOBAL MANDIRI**

**Adinda Mutiara Puteri¹, Ayu Lestari Setia Ningrum², Lesi Hertati^{3*}, Terttiaavini⁴,
Agustina Heryati⁵, Asmawati⁶**

^{1,2} Fakultas Ekonomi Akuntansi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang

^{3,4,5,6} Dosen Universitas Indo Global Mandiri Palembang

E-mail: ¹⁾ 2021520028@students.uigm.ac.id, ²⁾ 2021520041@students.uigm.ac.id,

³⁾ lesiherttai@uigm.ac.id, ⁴⁾ Terttiaavini@uigm.ac.id, ⁵⁾ agustina@uigm.ac.id,

⁶⁾ asmawati@uigm.ac.id

Abstract

Fried meatballs, commonly known as basreng, are a popular snack made from thinly sliced and fried processed meatballs. Typically served with a spicy seasoning and garnished with orange leaf slices, basreng has gained popularity, especially among young people. The objective of creating snack products using processed basreng is to introduce new innovations to the community surrounding the UIGM Palembang Campus, transforming viral basreng chips into a more modern food option. The manufacturing process for this basreng product differs from the traditional version. It is thinly shaped like chips instead of the usual stick form and includes a variety of spiciness levels and garnished with orange leaf slices, attracting buyers' interest. The marketing strategy involves utilizing digital marketing, such as online shops, to achieve widespread sales across various areas through social media applications, thereby increasing product demand. Consequently, the production of this innovative basreng can inspire young people to establish new Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) specializing in selling basreng products.

Keywords: Basreng, Digital Marketing, Innovation, MSME

Abstrak

Bakso goreng atau yang biasa disingkat dengan basreng merupakan makanan ringan yang terbuat dari olahan bakso yang diiris tipis-tipis kemudian digoreng. Basreng biasanya disajikan dengan taburan bumbu pedas dengan tingkat kepedasan yang bervariasi dan ditambah taburan irisan daun jeruk. Saat ini basreng tengah viral dan menjadi makanan ringan favorit di kalangan anak muda. Tujuan dalam membuat produk makanan ringan dari olahan basreng ini untuk memberi inovasi baru untuk masyarakat di sekitar Kampus UIGM Palembang melalui keripik basreng viral menjadi makanan yang lebih modern. Proses pembuatan pada produk basreng tersebut dibuat berbeda dari basreng biasanya, yang mana pada produk basreng ini dibentuk tipis-tipis seperti keripik (tidak dalam bentuk stik seperti biasa) dan ditambah variasi kepedasan serta taburan irisan daun jeruk yang menambah ketertarikan pembeli untuk membeli produk ini. Pemasaran dilakukan melalui digital marketing (online shop) agar dapat mencapai penjualan secara luas di seluruh wilayah yang terjangkau dalam jaringan aplikasi sosial media tersebut dan dapat meningkatkan jumlah permintaan produk. Dengan begitu pembuatan basreng ini dapat menciptakan inovasi di kalangan anak muda untuk membentuk sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) baru yang khusus menjual produk basreng.

Kata kunci: Basreng, Digital Marketing, Inovasi, UMKM

³ Dosen Universitas Indo Global Mandiri Palembang

Lesi Hertati

*E-mail: lesiherttai@uigm.ac.id

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan penentu dari sebuah keberhasilan pembangunan baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Selain itu, tidak dapat dipungkiri bahwa wirausaha juga memiliki peran yang penting dalam kemajuan suatu daerah. Sumber daya alam yang melimpah apabila tidak dikelola dengan baik maka akan terbuang dengan percuma, untuk itu perlu adanya orang-orang berjiwa usaha yang memiliki kreativitas dan inovatif dalam memanfaatkan peluang tersebut. Untuk itu, kami dari mahasiswa UIGM ingin menciptakan modifikasi dan inovasi terbaru di Sekitar Kampus UIGM yaitu “Basreng (Bakso Goreng)” yang bahan dasarnya dari bakso ayam.

Bakso merupakan salah satu produk olahan daging khas Indonesia, yang banyak digemari oleh semua lapisan masyarakat terlebih lagi di kalangan anak muda dan mempunyai nilai gizi yang tinggi karena kaya akan protein hewani. Umumnya bakso terbuat dari daging sapi. Tetapi, bahan baku pembuatan bakso dapat berasal dari berbagai daging jenis ternak, antara lain ayam dan ikan (A Heryati et al., 2020; Purnomo, 1988).

Bakso yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah bakso sapi, bakso ayam, bakso udang dan bakso ikan. Umumnya bakso dibentuk menjadi bulatan-bulatan menyerupai bola. Cita rasa bakso yang lezat dan tekstur yang kenyal menjadikan bakso disukai anak-anak hingga orang dewasa. Bakso umumnya diolah menjadi beragam hidangan; seperti bakso kuah, bakso panggang, sate bakso, tumis bakso dan beragam hidangan bakso lainnya. Namun kali ini, bakso yang dipergunakan untuk membuat keripik basreng pada produk kami ialah Bakso Ayam yang akan diolah menjadi keripik bakso viral. Daging ayam dikenal memiliki kandungan gizi yang cukup baik karena mengandung protein, air, mineral dan vitamin. Selain itu, daging ayam memiliki rasa dan aroma yang enak dan disukai banyak orang sehingga daging ayam dapat diolah menjadi berbagai macam olahan makanan. Bakso goreng atau yang biasa disingkat dengan basreng merupakan makanan ringan yang terbuat dari olahan bakso yang diiris tipis-tipis kemudian digoreng. Basreng biasanya disajikan dengan taburan bumbu pedas dengan tingkat kepedasan yang bervariasi dan ditambah taburan irisan daun jeruk. Saat ini basreng tengah viral dan menjadi makanan ringan favorit di kalangan anak muda. (Rabiah et al., 2022; Sari et al., 2022; Susena, 2020; Terttiavini & Saputra, 2022).

Tujuan dalam membuat produk makanan ringan dari olahan basreng ini untuk memberi inovasi baru untuk masyarakat di sekitar Kampus UIGM Palembang melalui keripik basreng viral menjadi makanan yang lebih modern. Proses pembuatan pada produk basreng

tersebut dibuat berbeda dari basreng biasanya, yang mana pada produk basreng ini dibentuk tipis-tipis seperti keripik (tidak dalam bentuk stik seperti biasa) dan ditambah variasi kepedasan serta taburan irisan daun jeruk yang menambah ketertarikan pembeli untuk membeli produk ini.

Dari pentingnya masalah modifikasi dan inovasi pada produk keripik basreng viral ini, produk ini akan difokuskan pada upgrade mulai dari bentuk maupun rasa dan taburan bumbu lain yang dapat membedakan produk ini dari produk basreng lainnya. Selain itu, strategi pemasaran yang akan kami gunakan ialah Digital Marketing (Sosial Media Instagram). Produk ini sendiri adalah produk yang berasal dari penulis yang baru saja dibuat dan ingin dikembangkan. Pemasaran produk ini dilakukan di sekitar Kampus UIGM Palembang guna memberikan inspirasi untuk para kalangan muda untuk bisa mulai berusaha dan memanfaatkan produk yang tengah viral di kalangan masyarakat terlebih lagi kalangan anak muda. Sehingga menarik perhatian mereka untuk membentuk UMKM. (Hertati, 2022a, 2022c; Agustina Heryati & Herdiansyah, 2020; Rabiah et al., 2022; Rachmawati, 2011; Terttiaavini & Saputra, 2022).

Dengan demikian, tercipta ekosistem jual-beli dengan kualitas produk yang terjaga. pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas (Annisa, 2019; Fatin, 2021; Hertati, 2022b; Hertati, Puspitawati, et al., 2022; SieradMU, 2021). Hal-Hal Penting yang perlu diketahui tentang digital marketing (Cristina et al., 2022; Ilyas & Hertati, 2022; Jupri et al., 2022; Melia et al., 2010; Pratami et al., 2021) yaitu: (1). kelebihan dibandingkan dengan pemasaran konvensional, digital marketing memiliki kelebihan yaitu, biaya lebih murah dan tepat sasaran digital marketing umumnya menerapkan strategi tertentu untuk membuat kegiatan pemasaran menjadi tepat sasaran, sehingga biaya yang dikeluarkan lebih minimal (Adriansah & Yustita, 2022; Hartati, Asmawati, et al., 2021; Hartati, Hendarmin, et al., 2021). Jelas dan terukur aktifitas pemasaran dilakukan di internet yang dapat dilacak dan memiliki angka yang jelas sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi fleksibel kegiatan digital marketing tidak mengharuskan pihak perusahaan untuk selalu turun ke lapangan sehingga lebih fleksibel; (Irena et al., 2022; Mulyani et al., 2021; Purwana et al., 2017; Saputra et al., 2021; Terttiaavini et al., 2018, 2021) (2) Media Digital Marketing adalah media atau sarana yang dapat digunakan untuk melakukan digital marketing media sosial dari total 4,66 miliar pengguna internet, 4,2

miliar diantaranya adalah pengguna media sosial seperti di Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, dan TikTok (Terttiaavini & Saputra, 2020). Pada produk kali ini kami memilih sosial media Instagram. (Priandi et al., 2022; Putri et al., 2022; Sari et al., 2022; Terttiaavini et al., 2019; Wulandari et al., 2022b).

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan di sekitar Kampus UIGM Palembang. Metode yang kami gunakan adalah turun langsung untuk berjualan pada produk keripik basreng yang terbuat dari Bakso Ayam, dan kemudian diolah menjadi keripik basreng viral. Pada produk ini kami melakukan modifikasi dan inovasi baru mulai dari bentuk, rasa, dan lainnya yang membedakan dengan produk basreng yang lainnya. Pemasaran produk ini kami lakukan melalui sosial media *Instagram* dengan membuat akun *Instagram* khusus pada produk kami dan menyebarkan produk ini di kalangan masyarakat. Metode turun langsung untuk berjualan ini menurut kami lebih efektif untuk menambah wawasan kami mengenai bisnis dan dapat menarik perhatian kalangan muda untuk membentuk UMKM pada suatu produk yang mereka minati. (Hertati, Asmawati, et al., 2022; Agustina Heryati & Herdiansyah, 2020; Marnisah et al., 2020; Purwana et al., 2017; Rabiha et al., 2022; Rachmawati, 2011; Terttiaavini & Saputra, 2022).

1. Lokasi Dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan di Kelurahan Bukit Kecil, Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang yaitu Jalan Kancil Putih. Jarak dari kampus Universitas Indo Global Mandiri sekitar lebih kurang 3,7 km.

2. Metode Pendekatan

Memberikan pelatihan dan peningkatan kemampuan ibu-ibu membuat bumbuk yang enak dalam mengaplikasikan pemasaran dengan media sosial facebook dan instagram juga cara mengunggah cemilan kecil reya dan enak maupun dengan harga murah siap jual di pasaran online dengan metode simulasi, diskusi, dan ceramah.

3. Prosedur pelaksanaan

Sebelum dimulai kegiatan simulasi diawali dengan ceramah materi tentang media sosial yang menjadi media pemasaran dan cara mengambil foto produk. Pengenalan digunakan untuk membantu peserta memahami media sosial yang cocok yakni facebook dan instagram. Masing-masing peserta yang sudah memiliki aplikasi facebook dan

instagram di dawai masing-masing peserta untuk membuka aplikasi tersebut, bagi yang belum memiliki tim pengabdian membantu untuk mengunduh aplikasi tersebut serta registrasi data diri peserta. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi pelatihan adalah ± 4 (empat) jam. Alat yang digunakan : laptop, gawai, LCD proyektor, kamera dan koneksi internet. Bahan yang digunakan : modul, ceramah, praktek dan produk yang enak. (Alfianti et al., 2022; Widiya et al., 2021).

Instruktur menjelaskan fasilitas apa saja yang dapat digunakan untuk berjualan secara gratis dan berbayar. Untuk berjualan secara gratis di facebook dapat kita manfaatkan di :

1. Facebook Profile

Adalah rumah dasar anda di Facebook yang menjelaskan siapa dimana tinggal, pekerjaan, dll.

2. Facebook Group

Adalah forum diskusi atau jualan. Anda dapat aktif informasi di grup yang sesuai dengan produk Anda atau diskusi umum untuk memperkenalkan diri Anda dan memperbanyak pertemanan.

3. Facebook Page

Facebook Pages merupakan salah satu fitur dari Facebook untuk yang ingin memperkenalkan atau meningkatkan popularitas produk yang mereka jual.

Profil Usaha :

- Nama Usaha : Basreng Kenangan
- Jenis Usaha : Digital Marketing (Instagram)
- Jenis Produk : Makanan Ringan (Camilan)

- Lokasi Usaha: Kampus UIGM Palembang



Gambar 1. Media Sosial Instagram mitra (@Basreng.kenanganun)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan produk ini dibuat di kosan yang berdomisili di jalan Ariodillah 1 tidak jauh dari kampus IGM Palembang, (Putri et al., 2022; Sari et al., 2022; Terttiaavini et al., 2019; Wulandari et al., 2022b). Pada produk ini kami melakukan modifikasi dan inovasi barumulai dari bentuk, rasa, dan lainnya yang membedakan dengan produk basreng yang lainnya. Pemasaran basreng ini melalui sosial media yaitu Instagram yang bernama @basreng_kenang.

Perhitungan pengeluaran perbulan :

Tabel 1. Kuisioner PKM Pengembangan Produk Keripik Basreng Olahan

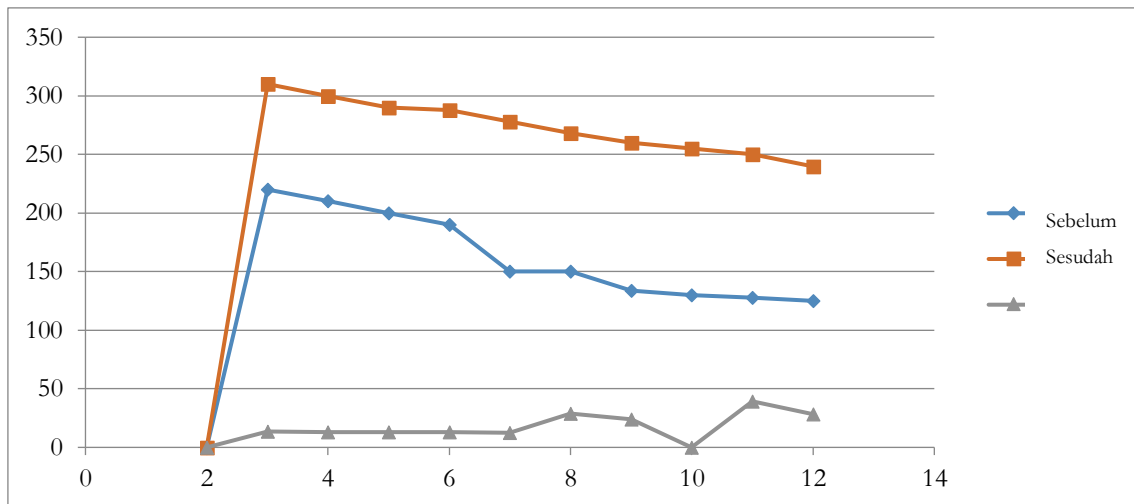
NO.	PERTANYAAN	SS	S	CS	TS	STS
1.	Apakah kualitas produk Keripik Basreng Olahan cukup baik sesuai yang diinginkan?	√				
2.	Apakah anda merasa puas terhadap produk yang ditawarkan oleh usaha Keripik Basreng Olahan?	√				
3.	Apakah produk Keripik Basreng Olahan menggunakan bahan berkualitas?		√			
4.	Apakah produk Keripik Basreng Olahan memberikan kenyamanan?		√			

5.	Apakah produk Keripik Basreng Olahan bertahan cukup lama?	√				
6.	Apakah produk Keripik Basreng Olahan memiliki desain sesuai keinginan?		√			
7.	Apakah produk Keripik Basreng Olahan jarang mengalami kecacatan			√		
8.	Apakah produk Keripik Basreng Olahan mempertahankan secara konsisten?		√			
9.	Apakah anda akan membeli kembali produk Keripik Basreng Olahan dalam waktu yang dekat?		√			
10.	Apakah Keripik Basreng Olahan aman dikonsumsi?	√				

Dari tabel data diatas, kami mendapatkan hasil bahwa peserta PKM belum mengetahui tentang bagaimana cara mengembangkan suatu produk lokal menjadi produk yang berinovasi.

Tabel 2. Hasil Rata-Rata Penilaian Pelaksanaan Pelatihan Olahan Keripik Basreng Olahan

Peserta	Pre-test	Post-test	Peningkatan Ketrampilan
P1	220	310	13,5
P2	210	300	13
P3	200	290	12,8
P4	190	288	13,2
P5	150	278	12,3
P6	150	268	29,1
P7	134	260	23,8
P8	130	255	29,3
P9	128	250	39,3
P10	125	240	28,3



Gambar 2. Persentase kenaikan pemahaman tentang olahan keripik singkong

Dari Jawaban kedua tersebut menunjukkan tingkat persentase kenaikan pemahaman tentang olahan keripik singkong. PKM Pengembangan Produk Bakso Goreng menjadi Keripik Basreng Olahan Program MBKM Mahasiswa Universitas Indo Global mandiri

Tabel 3. Bahan dan harga produk

Bahan	Harga
Sagu	Rp 200.000
Gandum	Rp 500.000
Minyak goreng	Rp 157.000
Ayam	Rp 500.000
Bawang putih dan merah	Rp 150.000
Garam	Rp 30.000
Gula pasir	Rp 25.000
Penyedap rasa	Rp 10.000
Daun jeruk	Rp 20.000
Jumlah	Rp 1.610.000

Perhitungan keuntungan perbulan :

$$1 \text{ bulan } 4 \text{ kali open order dan } 1 \times \text{ open order } \text{Rp} . 950.000 \times 4 = \text{Rp} . 3.660.000$$

Bahan-bahan yang diperlukan yaitu :

1. Sagu
2. Gandum
3. Minyak goreng
4. Cabe
5. Bawang putih dan merah
6. Garam

7. Gula pasir
8. Penyedap rasa
9. Ayam
10. Daun jeruk

Berikut Tahapan-Tahapan Dan Dokumentasi Pembuatan Basreng :

1. Adonan bakso yang telah dicampur dengan bumbu racikan



Gambar 3. Pencampuran bahan baku gedum dan daing



Gambar 4. Rebusan Bakso



Gambar 5. Pengirisan Bakso



Gambar 6. Penggorengan Bakso terakhir

Setelah matang diangkat dan didiamkan selama 1 jam, setelah itu campurkan bumbu yang telah dikasih irisan daun jeruk.



Gambar 7. Bakso yang sudah ditaburi bumbu racikan khusus

Cara membuat Status di media Sosial

1. Buat jarak waktu antara status pribadi dan juga status jualan.

Hal ini dilakukan, agar orang tidak bosan ketika membaca postingan kita. Mereka tidak terlalu banyak menerima info produk jualan di wall mereka. Salah satu cara adalah tidak runtutnya setiap postingan produk, ada jeda antara postingan yang bersifat pribadi maupun postingan yang bersifat komersil atau mencitrakan produk. Pada saat Anda melakukan postingan pribadi, dapat juga anda masukkan soft selling dengan cara memberikan tanda pagar (#) dilanjutkan nama produk Anda atau kata kunci. Misalnya : #baksobakar, #baksokeripiki, dll, (Putri et al., 2022; Sari et al., 2022; Wulandari et al., 2022b)

2. Memberikan komentar dan klik tombol like pada status teman

Jangan pelit untuk memberikan respon atau komentar di wall teman kita. Ketika ada teman dengan status curahan hati yang sedih, maka berikan respon sebagai bentuk penyemangat mereka. Jika teman sedang membutuhkan suatu jawaban akan pertanyaan yang disampaikan di wall mereka, maka cobalah untuk memberikan referensi jawabannya. Memberikan respondengan klik tombol suka baik pada status kita sendiri atau status orang lain akan membuat postingan kita terupdate. Selain itu, respon dari teman kita pun pastinya juga bermanfaat.

3. Membuat status yang menarik tentang produk jualan kita. (Wulandari et al., 2022a).

Status yang kita buat jangan terlalu formal, sampaikan dengan gaya bahasa sendiri yang lugas serta apa adanya. Mungkin juga bisa menggunakan bahasa daerah yang lucu, sehingga teman yang gak paham pun akan bertanya apa sih arti statusmu itu dan sebagainya. Intinya, cari perhatian mereka dengan membaca status tentang pencitraan produk anda dengan gayabahasa yang menarik dan tidak selalu formal. Jangan lupa saat menuliskan status tentang produk anda, lampirkan foto yang bagus mengenai produk Anda, bisa juga ditambahkan testimoni dari pengguna produk Anda. Sertakan juga diakhir postingan tanda pagar (#) dilanjutkan nama produk Anda atau kata kunci. Misalnya : #baksounik, #baksohot, dll

4. Tambah teman sebanyak mungkin

Selalu menerima permintaan dari orang baik kenal atau tidak. Intinya adalah pikiran positif pada diri kita dalam menerima pertemanan tersebut. Semakin banyak pertemanan, maka akan semakin banyak yang mengenal diri kita dan akan berhubungan dengan produk yang kita jual. (Agustina Heryati, 2018; Agustina Heryati & Erduandi, 2017)

KESIMPULAN

Bakso goreng atau yang biasa disingkat basreng merupakan makanan ringan yang terbuat dari olahan bakso yang diiris tipis kemudian digoreng dan ditaburkan dengan bumbu racikan. Produk ini pemasarannya melalui media sosial yaitu Instagram yang bernama @basreng_kenangn. Tujuan dalam membuat produk makanan ringan dari olahan basreng ini untuk memberi inovasi baru untuk masyarakat di sekitar Kampus UIGM Palembang melalui keripik basreng viral menjadi makanan yang lebih modern. Di lihat dari tabel diatas UMKM ini mendapatkan keuntungan sekitar 60% perbulan. Penyebaran informasi dan promosi bisnis digital dapat dilakukan oleh siapapun yang sudah terbiasa menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Pemasaran sudah berhasil membuat akun facebook dan instagram dan membuat konten bisnis dalam kedua akun tersebut. Kedua akun tersebut berisi produk bakso enak, bakso goreng, informasi kegiatan yang telah dilakukan serta testimoni dari para pelanggan. Selain menampilkan produk Basreng, Digital Marketing, Inovasi, UMKM juga menampilkan data dan gambar bentuk bakso yang dijual dimedia. Informasi kegiatan berupa gofood ke rumah konsumen, kegiatan sosial yang pernah dilakukan, kegiatan mengikuti disc tertentu untuk menunjang promosi dan informasi lainnya. Testimoni pelanggan sebagian besar ditampilkan berupa video agar dapat lebih dipercaya karena benar-benar asli dari yang diutarakan sendiri oleh pelanggan yang sudah merasakan kelebihan produk Nozomi.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh mahasiswa dan dosen Universitas Indo Global Mandiri dalam rangka mendukung program pemerintah MBKM sehingga pengabdian msyarakat ini bernilai guna dan bermanfaat bagi masyarakat dalam menerapkan industri kreatif yang menghasilkan cuan. Terima kasih kepada masyarakat keluarahan siring Agung yang telah bersedia datang pada acara sosialisasi MBKM Mahasiswa Indo Global Mandiri Pengembangan Limbah Gulungan Benang Menjadi Aksesoris Lucu Menghasilkan Cuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansah, & Yustita, E. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Alfianti, S., 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. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 153–162.
- Annisa. (2019). Struktural Packaging Design LPPM UIS. In *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.
- Fatin, F. A. (2021). Basreng Seuhah Jogja. *Makalah Wirausaha Basreng Seuhah Jogja*.
- Hartati, L., Asmawati, A., Hendarmin, R., & Syafitri, L. (2021). Pelatihan UMKM Limbah Nanas Pewarna Alami Kain Jumpitan Peluang Bisnis Kearifan Lokal Masyarakat Pinggiran Era Covid-19. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 77–91.
- Hartati, L., 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.
- Hertati, L. (2022a). *Akuntansi Sektor Publik*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hertati, L. (2022b). Determinans PSAK 23 Terhadap Penyajian Pelaporan Keuangan Perusahaan Dagang Era Pademic Covid-19 Pada UMKM Di Indonesia. *MEDIA MANAJEMEN JASA*, 10(1).
- Hertati, L. (2022c). *Green Accounting: Akuntansi dan Lingkungan*. Media Sains Indonesia.
- Hertati, L., Asmawati, A., Syahfitri, L., & Hendarmin, R. (2022). Pelatihan Peran Inovasi, E-Commerce, Ekosistem Mendorong Inovasi Produk Unggulan Desa. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 36–55.
- Hertati, L., Puspitawati, L., 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), 83–105.
- Heryati, A., Afriyani, F., & Ulfa, B. (2020). Pelatihan Packaging Produk Makanan Ringan Dan Otak-Otak Pada Kampung KB Layang-Layang. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 552–559.
- Heryati, Agustina. (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.
- Heryati, Agustina, & Erduandi, E. (2017). Sistem Informasi Pengembangan Karir Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Jurnal Informatika Global*, 8(2).
- Heryati, Agustina, & Herdiansyah, M. I. (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*, 9(3), 824–833.
- 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.
- Irena, A., Hertati, L., Hendarmin, R., & Romri, A. (2022). Kulia kerja lapangan tematik mendukung MBKM mahasiswa Indo Global Mandiri mendaping para tunawisma bertahan hidup pada perkumpulan SIKH di Australia Barat. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 40–51.
- Jupri, A., Putri, A., Lingking, F. P., Rozi, T., & Prasedya, E. S. (2022). Inovasi Olahan Produk Masyarakat berupa cilok menjadi Keripik Basreng. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(2), 105–108.
- Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2020). Evaluating the Kemplang Tunu Production Training for Low Income and Education Communities Using the Kirkpatrick Model. *International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020)*, 238–242.
- Melia, S., Juliarsy, I., & Rosya, A. (2010). Peningkatan kualitas bakso ayam dengan penambahan tepung talas sebagai substitusi tepung tapioka. *Jurnal peternakan*, 7(2), 62–69.
- Mulyani, S., Gunawan, B., & Nurkamid, M. (2021). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi UMKM Kabupaten Pati. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 181–187.
- 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. *GLOBAL ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–11.
- Priandi, M. R., Wijaya, P. O., Khalilly, M. N., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafitri, L., & 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. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 20–29.
- Purnomo, H. (1988). [Diversification of food of animal origin as one effort to increase animal protein consumption]. [Indonesian]. *Seminar Pemanfaatan Usaha Peternakan dalam Rangka Menunjang Pembangunan Pertanian. Malang (Indonesia). 28 Aug 1988.*
- 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. P. S., Supono, I., & Bakti, P. (2022). Pelatihan Harga Pokok Produksi Untuk Meningkatkan Pengelolaan Usaha. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 178–182.
- 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), 1–20.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Saputra, Y., Hertati, L., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Pengembangan Kuliner Kue Lumpang Khas Daerah Lahat Guna Melestarikan Kuliner Asli Daerah. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 46–52.
- Sari, D. R., Shellamitha, D., Pratama, Y., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafri, L., & Munandar, A. (2022). PKM pengembangan produk lokal singkong menjadi keripik singkong rasa balado khas Desa Petanang program MBKM KKN tematik. *PRIMA : Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat* Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat, 2(1), 11–19.
- SieradMU. (2021). *Modifikasi Basreng Jadi Somigo, Produk Olahan Binaan PKH Ini Tembus Toko Modern.*
- Susena, E. (2020). Manajemen Marketing Era Digital Bagi Pengrajin Mebel di Kecamatan Karangmalang, Sragen, Jawa Tengah Untuk Meningkatkan Penjualan. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(1).
- Terttiaavini, Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Kemplang Tunu Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Abdimas Mandiri*, 3(1), 63–72.

- 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).
- 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, 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.
- Widiya, A., Hartati, L., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Pelatihan kepada Masyarakat dalam Menjaga Makna Kearifan Lokal, Nilai Sejarah, dan Adat Khas Tradisional Masyarakat Melayu Peninggalan Kerajaan Sriwijaya. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 193–201.
- Wulandari, E., Prasetyo, M. S., & Purwanti, T. (2022a). Pengabdian Kepada Masyarakat Di Usaha Sepatu Mojo, Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Wulandari, E., Prasetyo, M. S., & Purwanti, T. (2022b). Pengabdian Kepada Masyarakat Di Usaha Sepatu Mojo, Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Dalam Menentukan Harga Jual. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 311–317.