

**SOSIALISASI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER BAKSO DAN SOSIS
BAKAR DI DIGITAL PLATFORM *E-COMMERCE* PENGABDIAN
MAHASISWA UIGM DALAM Mendukung MBKM**

**Nabilah Sajidah Hasna¹, Sutra Meilani Rizki², Lesi Hertati^{3*}, Terttiaavini⁴,
Agustina Heryati⁵, Asmawati⁶**

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

³⁻⁶ Universitas Indo Global Mandiri Palembang

E-mail: ¹⁾ 2021520050@students.ac.id, ²⁾ 2021520054@students.ac.id,

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

⁶⁾ asmawati@uigm.ac.id

Abstract

Business today is greatly facilitated by the existence of digital platforms that oversee shopping activities, making it easier for people who want to shop and trade. By utilizing this technology, it can affect food sales which are carried out online without having to come directly to the sales place. With this, consumers can also directly sort and choose what food they want to buy. This can minimize mistakes that can be made by both consumers and sellers, with the current situation many consumers are lazy to buy due to long distances or because of other things. This form of online method business also uses various online media, ranging from social media, web, to marketplaces. There are also many businesses that use conventional methods, but not a few have shifted to using online media. Some businesses also use both methods to more easily reach customers and promote more widely. Given the rapid technology in this modern era that makes it easy for us to open a business with online methods.

Keywords: *Business, Meatball Culinary, Sausage, Digital Platforms, E-Commerce*

Abstrak

Bisnis saat ini sangat dipermudah dengan adanya digital platform yang menaungi aktivitas perbelanjaan, sehingga mempermudah orang-orang yang ingin berbelanja dan berdagang. Dengan memanfaatkan teknologi ini bisa mempengaruhi penjualan makanan yang dilakukan secara online tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan. Dengan ini juga konsumen bisa langsung memilah dan memilih makanan apa saja yang ingin dibeli. Dengan ini bisa meminimalisir kesalahan yang bisa dilakukan baik itu konsumen maupun penjual, dengan keadaan saat ini banyak konsumen yang malas untuk membeli dikarenakan jarak yang jauh ataupun karena hal yang lain. Bentuk bisnis metode online ini pun menggunakan bermacam-macam media online, mulai dari media sosial, web, hingga marketplace. Masih banyak juga bisnis yang menggunakan cara konvensional, namun tidak sedikit pula yang bergeser menggunakan media online. Beberapa bisnis juga banyak menggunakan kedua metode tersebut agar lebih mudah meraih pelanggan dan berpromosi lebih luas. Mengingat pesatnya teknologi di era modern ini yang menjadikan sebuah kemudahan untuk kita membuka sebuah bisnis dengan metode online.

Kata kunci: *Bisnis, Kuliner Bakso, Sosis, Platform Digital, E-Commerce*

³Universitas Indo Global Mandiri Palembang

Lesi Hertati

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

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi positif yang relative meningkat selalu diupayakan oleh suatu Negara termasuk Indonesia (Agustina Heryati et al., 2019; Agustina Heryati & Herdiansyah, 2020). Tren positif dalam pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator keberhasilan atas implementasi kebijakan-kebijakan dalam perekonomian (Andriati, 2020; Irena et al., 2022; Iryanie & Handayani, 2019). Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah guna mendorong laju pertumbuhan ekonomi pada dasarnya berorientasi pada peningkatan pendapatan nasional dengan meningkatkan mutu faktor-faktor produksi Negara yang bersangkutan. Upaya menjaga laju pertumbuhan ekonomi juga sebagai langkah agar tidak memicu krisis yang menggerus maupun menumbangkan perekonomian (Mulyani et al., 2021; Naimah et al., 2020). Pertumbuhan ekonomi memiliki makna sebagai kenaikan PDB atau PNB riil Negara pada tahun tertentu jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (Sukirno, 2006).

Pemerintah juga mulai melirik sektor *e-commerce* sebagai salah satu solusi untuk mengatasi defisit pajak akibat pelambatan ekonomi. *E-commerce* sebenarnya sudah mampu menarik banyak konsumen di Indonesia bahkan sebelum terjadinya wabah covid 19. *E-commerce* juga merupakan salah satu pendorong utama yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan nilai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara mencapai \$40 miliar pada tahun 2019 dan diprediksi meningkat hingga \$130 miliar pada tahun 2025. Dengan semakin banyaknya toko retail dan konsumen yang terpaksa beralih ke *e-commerce*, pertumbuhannya dapat ditingkatkan lebih jauh. Sebelum pandemi covid 19, *e-commerce* hanyalah sebuah pilihan. Namun untuk sekarang, penting sekali bagi toko retail dan produsen untuk menjual produk melalui platform *e-commerce* agar mampu mempertahankan bisnis mereka. Hal ini akan memberikan dampak jangka panjang yang positif karena konsumen akan semakin terbiasa berbelanja secara online. Sementara itu, perubahan dinamika pasar yang disebabkan oleh pandemi covid 19 juga menciptakan peluang bagi layanan pengiriman makanan online. Pemimpin pasar seperti GoFood dan ShopeeFood yang dapat diakses melalui Gojek dan Shopee telah menerapkan mekanisme pengiriman tanpa kontak dan prosedur kebersihan yang ketat untuk terusmelayani konsumen.

Sektor usaha mikro menerima dampak cukup berat sejak Covid-19 mulai mewabah di Indonesia. Meskipun sektor tersebut pada masa 40 krisis ekonomi mampu bertahan dan tetap eksis nyatanya laju perkembangan zaman telah merubah paradigm tersebut. Pembatasan

interaksi sosial masyarakat secara drastic memengaruhi penerimaan atau omset usaha kecil menengah. Hal ini dikarenakan system konvensional masih sangat diandalkan dalam jenis usaha tersebut. Menurut (Rofiq et al., 2020) kebijakan atau peraturan pembatasan sosial yang ditetapkan oleh pemerintah cenderung mengurangi proses transaksi antarmuka. Hal ini menggambarkan secara jelas bahwa sektor-sektor industry kecil termasuk UMKM cukup terdampak dengan adanya Covid-19 mengingat sektor-sektor tersebut masih megandalkan hubungan atau interaksi secara langsung. Sistem tersebut memang terbukti ampuh membuat industry tersebut tetap bertahan pada krisis ekonomi 1998, namun pada saat ini system tersebut kurang relevan dan terpaksa tumbang akibat pembatasan interaksi dan kerumunan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Akibatnya tanpa inovasi terbaru eksistensi UMKM mulai meredup bahkan gulung tikar karena tidak dapat melakukan penjualan seperti sebelumnya. Ketidakmampuan sektor-sektor tertentu untuk beradaptasi akan kebijakan pembatasan sosial bahkan telah menyebabkan banyak usaha terancam gulung tikar. Pelaku usaha perlu mempertimbangkan untuk membuka toko-toko online atau dengan kata lain berbisnis dengan menerapkan system digital marketing. Penerapan digital marketing dilakukan untuk menyesuaikan dengan tuntutan perkembangan teknologi 4.0 sekaligus sebagai upaya meningkatkan promosi maupun pemasaran produk dan jasa yang ditawarkan. Menurut (Rofiq et al., 2020) keberadaan digital marketing mampu membuka peluang dan meluaskan pangsa pasar yang sebelumnya terbatas pada jarak, waktu, dan cara komunikasi. Kemudahan akses internet yang saat ini juga dirasakan oleh masyarakat Indonesia menjadi penyokong agar digital marketing berjalan dengan lancar. Apabila implementasi digital marketing berjalan dengan lancar maka tentu akan mempermudah proses transaksi dan tentunya juga mampu meningkatkan volume penjualan. Digital marketing juga menjadi strategi jitu yang dapat dipilih oleh pelaku usaha dimasa pandemi Covid-19 dan setelahnya. Pembatasan jarak dan interaksi dapat diatasi dengan system. Pemasaran tersebut, sehingga usaha-usaha tetap dapat bertahan meskipun tanpa adanya interaksi langsung dengan pelanggan. (Hertati, 2022a, 2022c; Rabiah et al., 2022; Rachmawati, 2011; Terttiaavini & Saputra, 2020).

Menurut (Alwi, 2020), Internet masuk ke Indonesia sekitar tahun 90 an, namun banyak digunakan massal secara bebas dari tahun 2000 an. Sejak itu mulai banyak bisnis-bisnis online. Salah satu toko online yang terkenal pada era itu adalah Toko Bagus, bisnis online yang bergerak dalam bentuk toko online yang menjual e-book, obat kuat, dan jamu. Banyak orang mulai menyadari bahwa dengan internet mampu membantu menambah penghasilan.

Namun, awal perkembangan bisnis dengan cara online tidak membawa dampak positif (Hertati & Safkaur, 2019; Priandi et al., 2022; Putri et al., 2022; Sari et al., 2022; Terttiaavini et al., 2019; Wulandari et al., 2022). Banyak terjadi penipuan bagi pembeli maupun penjual yang belum paham betul mengenai sistem berbisnis secara online, sehingga mengakibatkan beberapa orang tidak berani membeli atau berbisnis secara online. (Hertati & Safkaur, 2019; Priandi et al., 2022; Putri et al., 2022; Sari et al., 2022; Terttiaavini et al., 2019; Wulandari et al., 2022)

Di era sekarang bisnis online sudah mudah dipelajari karena seiring berkembangnya dan mudahnya akses internet di Indonesia (Hertati, 2022c; Hertati, Asmawati, et al., 2022; Hertati, Puspitawati, et al., 2022; Langkau et al., 2022). Dari kemudahan banyak kita temukan cara-cara berbisnis secara online yang tentunya valid dan terpercaya, terbukti banyak penyedia-penyedia jasa yang menawarkan jasa untuk pembuatan web atau makin terbukanya orang bisa membuat blog pribadi. Seperti bisnis trading pun sudah banyak aplikasi yang terpercaya membuka bisnis tradingnya bisa diakses melalui smartphone (A Heryati et al., 2020; Agustina Heryati & Erduandi, 2017). Untuk jual beli pun kita tidak perlu harus mempunyai situs jual beli sendiri karena sudah banyak tempat untuk kita berjual beli dan membuat toko kita sendiri. Pada bisnis online ini juga memiliki sisi positif dan negatif. Positifnya kita bisa sangat mudah untuk memulai bisnis dengan tidak bermodalkan tempat jual namun hanya dengan akses internet kita bisa bebas memilih mau memulai bisnis apa (Rabiah et al., 2022; Sari et al., 2022; Susena, 2020; Terttiaavini et al., 2021; Terttiaavini & Saputra, 2022). Untuk sisi negatifnya adalah masih sering kita jumpai pembeli atau penyedia layanan yang tidak terpercaya dan menipu kita dengan mudah di dunia maya. Juga banyak ditemukan akun-akun jual beli yang mengambil produk kita dan menjualnya sendiri tanpa ada izin dengan menggunakan nama bisnis kita. (Alfianti et al., 2022; Hertati, 2022b; Widiya et al., 2021).

MOTODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan di Kota Palembang yaitu Jalan Ki Gede Ing Suro dengan menggunakan metode sistem informasi digital online dan offline kepada masyarakat setempat tentang tentang dunia digital teknologi. (Hartati, Asmawati, et al., 2021; Hartati, Hendarmin, et al., 2021; Agustina Heryati, 2018; Agustina Heryati & Erduandi, 2017; Pratiwi et al., 2022; Priandi et al., 2022). Pendampingan dan pelatihan dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pemanfaatan sistem informasi manajemen sebagai

strategi penghematan waktu kehadiran teknologi semakin lekat dengan kehidupan sehari-hari (Marnisah et al., 2020; Priandi et al., 2022; Sadiyah & Fahmi, 2022; Terttiaavini et al., 2018). Bisnis kuliner yang berada di Jalan Ki Gede Ing Suro ini buka setiap hari dari pukul 5 sore sampai 9-10 malam hari. Bisnis ini sendiri menjual bakso dan sosis bakar dengan cara *offline* (datang langsung ke gerai) atau melalui digital platform seperti Gojek dengan fitur GoFood dan Shopee dengan fitur ShoppeFood (Annisa, 2019; Cristina et al., 2022; Hertati, Puspitawati, et al., 2022). Kebanyakan konsumen yang berada di lingkungan tersebut lebih memilih untuk datang langsung ke gerai karena jarak yang dekat (Hertati & Safkaur, 2019; Priandi et al., 2022; Putri et al., 2022; Sari et al., 2022; Terttiaavini et al., 2019; Terttiaavini & Saputra, 2022; Wulandari et al., 2022), sedangkan konsumen yang berada jauh dari gerai lebih memilih untuk menggunakan aplikasi e commerce (Adriansah & Yustita, 2022; Hartati, Asmawati, et al., 2021; Hartati, Hendarmin, et al., 2021). Bisnis ini sendiri terbilang mudah karena ada beberapa bahan langsung dibeli dipasar tanpa harus diolah kembali, da nada yang diolah kembali seperti bakso. (Hertati & Safkaur, 2019; Priandi et al., 2022; Putri et al., 2022; Sari et al., 2022; Terttiaavini et al., 2019; Wulandari et al., 2022). Bisnis ini sendiri berada di pinggir jalan sehingga membutuhkan beberapa peralatan untuk menunjang bisnis ini. Beberapa detail peralatan dan harganya

• Tenda 1 unit dengan harga	Rp	900.000
• Meja kayu dengan harga	Rp	250.000
• Kursi plastik 4 pcs dengan harga	Rp	152.000
• Panggangan dengan harga	Rp	900.000
• Tabung gas untuk pemakaian 1 bulan dengan harga	Rp	200.000
• Piring plastik 2 buah dengan harga	Rp	15.000
• Pisau dengan harga	Rp	10.000
Total harga	Rp	2.427.000

Dan beberapa bahan yang dibutuhkan untuk jualan

Bahan baku

• Daging ayam 2 kg	Rp	52.000
• Upah giling ayam 2 kg	Rp	50.000
Jumlah	Rp	102.000

Bahan tambahan

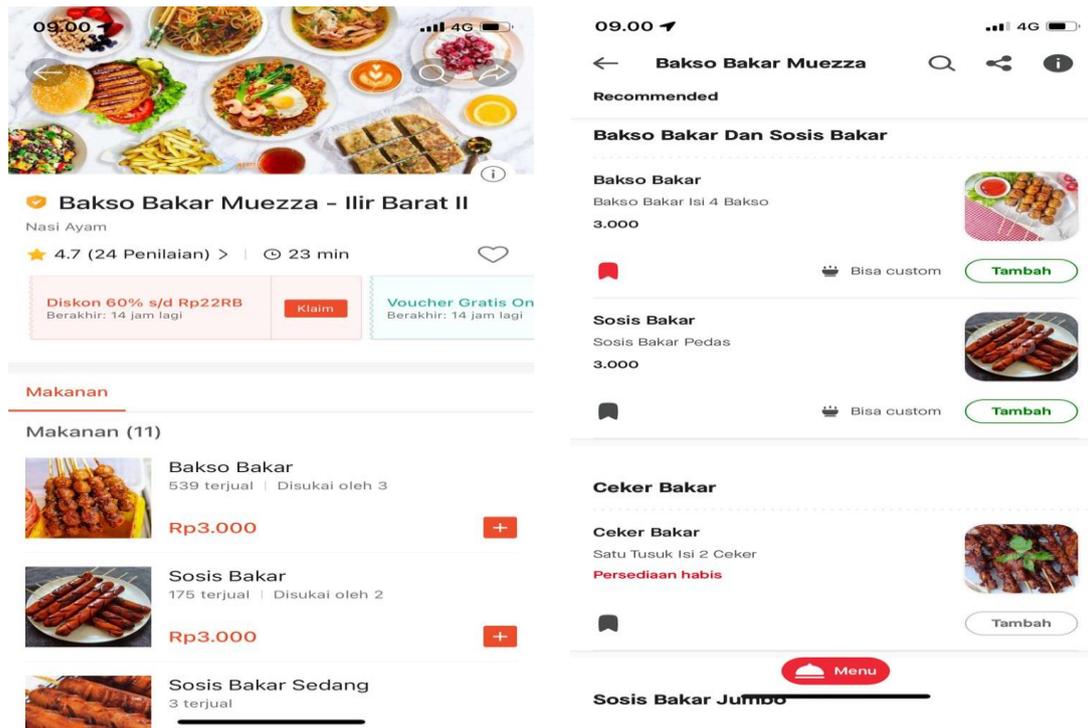
- Sosis 2 bungkus Rp 42.000

• Sosis Salam mini 1 bungkus	Rp	28.000
• Sosis Salam Jumbo 1 bungkus	Rp	30.000
• Fishcake Cedeo 1 bungkus	Rp	29.000
• Chikuwa 1 bungkus	Rp	27.000
• Otak-otak Singapur	Rp	26.000
• Saus pedas	Rp	16.000/kg
• Cabe burung	Rp	10.000
• Bawang putih	Rp	10.000
• Kecap manis	Rp	13.000/kg
• Mentega	Rp	14.000
• Tusuk sosis	Rp	12.000
Jumlah	Rp	365.000

Harga jual bahan-bahan tersebut

• Bakso Bakar 1 tusuk (isi 4)	Rp	2.000
• Sosis Bakar 1 pcs	Rp	2.000
• Sosis Salam Mini bakar 1 pcs	Rp	5.000
• Sosis Salam Jumbo bakar 1 pcs	Rp	10.000
• Chikuwa Bakar 1 tusuk (isi 4)	Rp	2.000
• Fishcake bakar 1 pcs	Rp	5.000
• Otak-otak Singapur bakar 1 pcs	Rp	10.000

Dalam sehari bisa mendapatkan penghasilan Rp 100.000 sampai Rp 150.000, angka ini cukup besar untuk usaha kecil. Sehari bisa menjual 30-40 tusuk yang dimana 70% nya didapat pada platform GoFood dan ShoppeFood. Apabila adanya promo pada platform tersebut maka omset penjualan bisa meningkat sebesar 10-15%.



Gambar 1. Penjualan di digital platform *e-commerce* ShopeeFood dan GoFood



Gambar 2. Proses penjualan di gerai



Gambar 3. Lokasi dan proses penjualan di gerai

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 19 oktober sampai 20 oktober 2022 di kota Palembang. Pengabdian Masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun (Saputra et al., 2021; Terttiaavini & Saputra, 2020, 2022). Secara umum, program ini

dirancang oleh berbagai perguruan tinggi yang ada di Indonesia untuk memberikan kontribusi nyata bagi bangsa, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan bangsa Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat menjadi salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Perguruan tinggi tidak hanya melaksanakan pendidikan bagi mahasiswanya, tetapi juga melaksanakan riset dan mengembangkan inovasi, serta pelestarian dan pengembangan ilmu yang unggul dan bermanfaat bagi masyarakat (Marnisah et al., 2020; Purwana et al., 2017; Terttiaavini et al., 2019b; Yuniarti et al., 2013). Bentuk-bentuk kegiatan Pengabdian Masyarakat yaitu Bakti Sosial dan Mengajar.

Perguruan Tinggi wajib untuk menyelenggarakan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, selain melaksanakan pendidikan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 20. Dalam pasal tersebut ditegaskan bahwa Pengabdian Masyarakat adalah kegiatan sivitas akademika dalam mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. (Hartati, Asmawati, et al., 2021; Hartati, Hendarmin, et al., 2021; Pratiwi et al., 2022; Priandi et al., 2022).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut. Pertama, mekanisme kerja usaha bakso bakar oleh pedagang di Kota Palembang dimulai dengan membuka usaha pada sore hingga malam hari. Bahan dasar yang digunakan untuk membuat bakso bakar meliputi tepung sagu, daging ayam, telur, dan air bersih. Peralatan yang digunakan untuk memanggang bakso bakar adalah kompor pemanggang. Sistem kerja yang digunakan adalah secara individu, bukan dalam kelompok. Modal yang digunakan oleh pedagang bakso bakar adalah modal sendiri, dan pemasaran dilakukan melalui spanduk yang dipasang di stan, kios kecil, atau gerobak.

Kedua, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha bakso bakar di Kota Palembang memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Usaha ini membantu meningkatkan pendapatan keluarga, menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang sebelumnya menganggur, dan meningkatkan kesejahteraan keluarga dalam hal biaya pendidikan, kepemilikan kendaraan, dan rumah. Terakhir, secara umum, usaha bakso bakar yang terletak di jalan Ki Gede Ing Suro di Kota Palembang mampu meningkatkan pendapatan keluarga melalui aspek produksi dan pemasaran.

Adapun saran yang dapat kami sampaikan adalah sebagai berikut. Pertama, kami menyarankan kepada pemerintah dan instansi terkait untuk meningkatkan peran mereka dalam mendukung usaha kecil sebagai sumber pendapatan masyarakat secara umum dan keluarga secara khusus, dengan memberikan kemudahan dalam pembiayaan dan perizinan. Kedua, kami menyarankan untuk menjaga mutu produk dan pelayanan. Hal ini dapat dilakukan dengan mempertahankan kualitas rasa melalui penggunaan bahan berkualitas dan menjaga kebersihan lingkungan produksi. Untuk meningkatkan pelayanan, disarankan untuk bersikap ramah terhadap pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik kepada mereka.

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.
- Alwi, M. M. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Masjid di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Al-Hikmah*, 18(1), 89–104.
- Andriati, H. N. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Bunga Hias Komunitas Lestari Cyclop di Jayapura. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat E-ISSN*, 2621, 6817.
- 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.
- 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.
- Hertati, L., & Safkaur, O. (2019). Impact of Business Strategy on the Management Accounting: The Case of the Production of State-Owned Enterprises in Indonesia, South Sumatra. *Journal of Asian Business Strategy*, 9(1), 29–39.
- 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.
- Heryati, Agustina, Yulianti, E., Faradillah, F., Sartika, D., Dhamayanti, 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), 147–152.
- 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.
- Iryanie, E., & Handayani, M. (2019). *Akuntansi Biaya*. Poliban Press.
- Langkau, A. N. H., Saragih, A. S. S., Zahra, N. A., Setyaningsih, A. N., & Payung, A. A. F. S. (2022). Analysis Of The Application Of Psak 69 On Biological Assets At PT Austindo Nusantara Jaya Tbk. *Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues (MARGINAL)*, 1(3), 135–141.
- 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.
- Mulyani, S., Gunawan, B., & Nurkamid, M. (2021). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi UMKM Kabupaten Pati. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 181–187.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Pratiwi, D., Purwanto, I., Shofiati, R., Ningsih, Y., Azamy, M., & Aulia, T. (2022). Pemanfaatan Animatron untuk Pembuatan Iklan Animasi bagi Para Pelaku UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- 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.
- 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).
- Rofiq, M. A., Nawawi, M. A. A., Syafitri, R. I., Ektiarnanti, R., & Maenadi, D. (2020).

- Transformasi Bisnis Kreatif Micro Entrepreneur Dalam Mempertahankan Omset di Masa COVID-19. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 5(1), 489–497.
- Sadiyah, T., & Fahmi, R. (2022). Sosialisasi Penerapan Digital Marketing Pada Umkm Hf Herbs Dan Mamayu Sweet Baking Di Desa Bengle. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 2(1), 2695–2702.
- 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.
- Sukirno, S. (2006). *Makroekonomi Teori Pengantar*. PT RajaGrafindo Persada.
- 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. (2022). 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.