

Implementasi Teknologi Informasi dan Manajemen Bisnis bagi Pemilik Usaha 'Pudding Jelly Art' di Kabupaten Malang

Zainal Arifin ^{a*}, Sri Budi Cantika Yuli ^b, Bambang Widadgo ^c

^aEkonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang Jl. Raya Tlogomas No.246, Tlogomas, Indonesia

* Corresponding author: zainalarifin@umm.ac.id

Abstract

Tujuan Pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kinerja usaha "Pudding Jelly Art" milik Ibu Zulaikah di Kabupaten Malang melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Analisis SWOT mengidentifikasi dua permasalahan utama, yakni kurangnya pemanfaatan media promosi online dan perluasan variasi kreasi seni pudding jelly art. Pemilik usaha masih menggunakan promosi tradisional dan lokal, sehingga terbatas pada pasar sekitar. Solusi untuk permasalahan pemasaran adalah memberikan pelatihan dan pendampingan pada Ibu Zulaikah mengenai strategi pemasaran berbasis media sosial. Pelatihan ini melibatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran produk serta teknologi informasi, sehingga dapat diterapkan secara berkelanjutan. Permasalahan kedua terkait peningkatan proses produksi, terutama variasi kreasi seni pudding jelly art. Untuk mengatasi hal ini, metode kegiatan melibatkan pelatihan dan pendampingan dalam strategi pemasaran berbasis teknologi informasi, pembuatan rancangan strategi pemasaran, dan pengembangan proses produksi melalui pembuatan varian kreasi seni baru. Hasil pengabdian ini akan didiseminasi melalui publikasi pada jurnal terakreditasi nasional. Dengan demikian, diharapkan usaha "Pudding Jelly Art" dapat meningkatkan visibilitasnya melalui media online dan mengembangkan pasar hingga ke wilayah Malang Raya, seiring dengan peningkatan kreativitas dalam pembuatan varian produk.

Abstract

The purpose of this service is to improve the performance of "Pudding Jelly Art" business owned by Mrs. Zulaikah in Malang Regency through the Community Partnership Program (PKM). SWOT analysis identified two main issues: the underutilization of online promotional media and the need for expansion in the variety of jelly art pudding creations. The business owner still relies on traditional and local promotions, limiting the reach to the local market. The solution for the marketing issue is to provide training and mentoring to Mrs. Zulaikah on social media-based marketing strategies. This training involves improving knowledge and skills in product marketing and information technology to ensure sustainable application. The second issue relates to improving the production process, particularly in expanding the variety of jelly art pudding creations.

To address this, the activities will involve training and mentoring in technology-based marketing strategies, designing marketing strategies, and developing the production process by creating new variants of art creations. The results of this service will be disseminated through publication in nationally accredited journals. Thus, it is expected that the "Pudding Jelly Art" business can increase its visibility through online media and expand its market to the Malang Raya region, accompanied by an enhancement in creativity in creating product variants.

Keywords: Pudding Jelly Art, Analisis SWOT, Teknologi Informasi,

Artikel Info

Article history:

Received 29-01-2024

Revised 29-01-2024

Accepted 29-01-2024

Available online 30-01-2024

Copyright (c) 2024

Zainal Arifin

This is an open access article and licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike4.0 International License



PENDAHULUAN

Industri kreatif kuliner, khususnya dalam bidang "Pudding Jelly Art," mengalami pertumbuhan yang signifikan di Kabupaten Malang. Usaha ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi para pelaku usaha, tetapi juga menciptakan variasi produk yang menarik bagi konsumen. Salah satu contoh usaha yang berkembang adalah milik Ibu Zulaikah di Jalan Raya Kasin Kepuharjo Kecamatan Karangploso.

Dalam menghadapi dinamika industri kuliner yang semakin kompetitif, pemilik usaha "Pudding Jelly Art" dihadapkan pada tantangan pemasaran dan peningkatan kreativitas dalam proses produksi. Analisis SWOT menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk memanfaatkan teknologi informasi, terutama media sosial, guna meningkatkan promosi dan pemasaran secara lebih efektif. Berdasarkan analisis SWOT, teridentifikasi dua permasalahan utama yang memerlukan perhatian serius. Pertama, pemilik usaha masih mengandalkan metode promosi tradisional seperti penjualan langsung dan *word-of-mouth* dalam memasarkan produknya, sementara peluang pemasaran online belum dimanfaatkan secara optimal. Dalam era digital ini, dimungkinkan untuk memanfaatkan media sosial, seperti *blog* atau Instagram, guna mencapai pasar yang lebih luas di wilayah Malang Raya melalui pemesanan online atau COD (*cash on delivery*).

Kedua, Selanjutnya, terdapat kebutuhan yang mendesak untuk meningkatkan proses produksi, terutama dalam menciptakan variasi kreasi seni pada produk "Pudding Jelly Art". Tingginya permintaan untuk produk-produk inovatif seperti Pudding 3D Jelly Art, Pudding Lapis Regal, Pudding Lumut Pandan Coklat, Pudding Choco Brownies, dan Pudding Chococino mendorong perlunya peningkatan ide kreatif dan inovasi dalam tahap pembuatan produk. Dalam menghadapi permintaan pasar yang semakin beragam, Tim PKM bersama mitra usaha akan fokus pada pengembangan teknik pembuatan agar dapat menciptakan produk dengan nilai seni yang tinggi dan keunikan rasa yang memikat konsumen. Rancangan kegiatan akan melibatkan workshop, pelatihan, dan penelitian terkait tren inovasi dalam industri "Pudding Jelly Art", memastikan bahwa mitra dapat menghasilkan produk-produk yang tidak hanya memenuhi harapan pelanggan tetapi juga dapat bersaing di pasar yang kompetitif. Dengan memperkuat aspek kreatif dan inovatif dalam produksi, diharapkan usaha "Pudding Jelly Art" dapat terus berkembang, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan meraih pangsa pasar baru melalui produk-produk yang menarik dan berbeda dari yang lain.

Pemilik usaha masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti penjualan langsung dan dari mulut ke mulut, yang terbatas pada pasar local (Kurniawan, 2023). Sementara itu, peluang untuk mengembangkan pasar secara online melalui media sosial seperti *blog* atau Instagram belum dimanfaatkan sepenuhnya (Suryadharma et al., 2023). Selain itu, keberagaman produk dalam

bentuk variasi kreasi seni pudding jelly art juga menjadi fokus penelitian, karena dapat memberikan daya tarik yang lebih besar kepada konsumen.

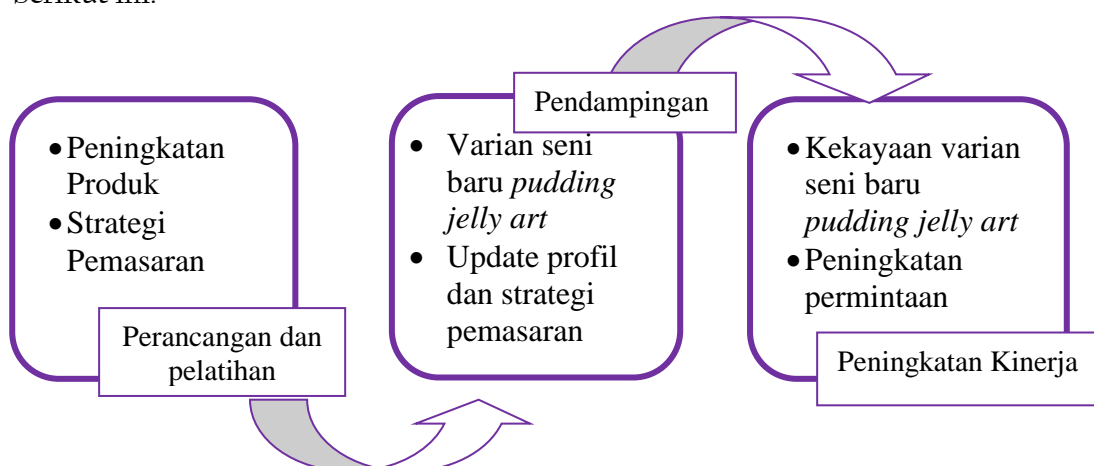
Pengabdian ini penting untuk mengidentifikasi dan mengatasi hambatan-hambatan strategis yang dihadapi oleh pemilik usaha "Pudding Jelly Art." Dengan memahami potensi pemasaran online dan meningkatkan variasi produk melalui kreasi seni baru, diharapkan usaha ini dapat lebih kompetitif, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Malang.

Selain itu, pengabdian ini juga bersifat inklusif dengan melibatkan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dalam memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik usaha (Masrohatin et al., 2023). Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pemilik usaha dan memberikan dampak positif pada pengembangan sektor kuliner di tingkat local (Santi et al., 2013).

Dengan memahami permasalahan tersebut, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Pelatihan dan pendampingan pada pemilik usaha akan difokuskan pada penerapan strategi pemasaran berbasis media sosial dan pengembangan variasi kreasi seni pudding jelly art. Dengan demikian, diharapkan usaha "Pudding Jelly Art" dapat meningkatkan daya saingnya, mengakses pasar yang lebih luas, dan memperoleh apresiasi yang lebih besar dari konsumen.

METODE PENERAPAN

Metode kegiatan yang akan dilakukan oleh Tim PKM adalah pelatihan dan pendampingan pada ibu Zulaikah pemilik usaha seni baru pudding jelly art di Kabupaten Malang. Pelatihan dan pendampingan meliputi: strategi pemasaran berbasis media online, pendampingan pembuatan rancangan strategi pemasaran untuk ibu Zulaikah, dan peningkatan kualitas produksi melalui penambahan varian seni baru. Secara garis besar, metode kegiatan ditunjukkan pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Metode Kegiatan

Dalam setiap metode kegiatan yang telah disebutkan, Tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) akan memperkuat kolaborasi dengan mitra usaha, yakni "Pudding Jelly Art" milik Ibu Zulaikah di Kabupaten Malang. Tim PKM

meyakini bahwa melibatkan mitra secara aktif merupakan langkah krusial untuk mencapai kesuksesan dalam meningkatkan kinerja usaha tersebut. (Fahmi & Abtokhi, 2022). Harapannya, melalui partisipasi aktif mitra, kesadaran akan pentingnya semangat, motivasi, kemauan, dan kreativitas dalam mengembangkan usaha dapat lebih diperkuat. Tim PKM bertekad membangun sinergi yang positif dengan mitra agar mereka dapat merasakan dampak positif dari upaya pengabdian ini.

Pelatihan dan pendampingan sifatnya hanya sementara, karena kedepan, ibu Zulaikah harus sudah mampu melakukan percobaan secara mandiri. Secara rinci, keterlibatan mitra di setiap strategi dan metode kegiatan adalah sebagai berikut:

Table 1. Metode Kegiatan

Strategi	Metode Kegiatan	Keterlibatan Mitra
Penguatan manajemen usaha, terutama aspek pemasaran	Identifikasi konsumen, target pasar, pangsa pasar dan kapasitas pemilik usaha	Keterlibatan aktif dalam diskusi dan penyediaan data pemilik usaha terkait aspek pemasaran
	Pendampingan perancangan strategi pemasaran berbasis sosial media (instagram, blog)	Penyediaan tempat, keterlibatan aktif dalam diskusi dan penyusunan strategi pemasaran
	Pendampingan pembuatan profil pemasaran berbasis sosial media	Berdiskusi untuk menentukan profil yang akan ditampilkan, terlibat aktif dalam diskusi
	Pelatihan update profil pemasaran berbasis sosial media	Penyediaan tempat, merencanakan kegiatan (jadwal dan undangan), mitra terlibat aktif untuk membuat dan melakukan update profil
Peningkatan kompetensi produksi melalui pembuatan varian seni baru <i>pudding jelly art</i>	Pelatihan percobaan/eksperimen untuk membuat varian seni baru <i>pudding jelly art</i>	Penyediaan tempat, merencanakan kegiatan (jadwal dan undangan), mitra terlibat aktif dengan mencoba membuat varian seni baru <i>pudding jelly art</i>
	Pendampingan pembuatan varian seni baru <i>pudding jelly art</i>	Mitra merancang membuat varian seni baru <i>pudding jelly art</i> dengan mengambil rujukan beberapa pesaing dan informasi eksternal (web search) untuk kemudian

melakukan inovasi dan modifikasi

Kegiatan ini membutuhkan waktu 8 (delapan) bulan, tidak termasuk survey lapang dan pelaporan. Demikian pula pendampingan dalam fasilitasi akses pasar akan terus dilakukan sampai mitra betul-betul mandiri, tidak terikat dengan jadwal kegiatan. Target tim pengabdian, dengan adanya implementasi rencana bisnis diharapkan dalam 1 (satu) tahun pembinaan, mitra sudah mampu mandiri. Adapun rincian rancangan kegiatan adalah sebagai berikut :

- 1) Survey Lapang, Perijinan dan persiapan Kegiatan PKM
- 2) Penguatan Manajemen Usaha dibidang Pemasaran
 - Identifikasi konsumen, target pasar, pangsa pasar serta kapasitas ibu Zulaikah sebagai pemilik usaha
 - Pendampingan perancangan strategi pemasaran berbasis sosial media
 - Pendampingan pembuatan profil pemasaran berbasis sosial media
 - Pelatihan update profil pemasaran berbasis sosial media
- 3) Peningkatan Kompetensi Produksi melalui Pembentukan Varian seni baru pudding jelly art
 - Pelatihan percobaan/eksperimen untuk menunjang pembuatan seni baru pudding jelly art
 - Pendampingan pembuatan dan perancangan portofolio varian seni baru pudding jelly art
- 4) Monitoring & Evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan akan dilakukan oleh Tim PKM sesuai dengan masing-masing sistematika yang telah dilatihkan sebelumnya.

Bagian ini menjelaskan dengan jelas, sistematis dan padat metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang menggambarkan tentang langkah-langkah maupun tahapan-tahapan implementatif dari solusi yang telah direncanakan

HASIL DAN PENCAPAIAN SASARAN

Kegiatan Pengabdian ini membutuhkan waktu 8 (delapan) bulan. Pendampingan dalam fasilitasi akses pasar akan terus dilakukan sampai mitra betul-betul dapat memperluas pasar, tidak terikat dengan jadwal kegiatan (Suryadharma et al., 2023). Target tim PKM, dengan adanya implementasi rencana bisnis diharapkan dalam 1 (satu) tahun pembinaan, mitra sudah mampu memperluas pasarnya. Adapun rincian kegiatan adalah sebagai berikut:

- 1) Penguatan Manajemen Usaha dibidang Pemasaran
 - Identifikasi konsumen, target pasar, pangsa pasar serta kapasitas kelompok ibu rumah tangga *Pudding Jelly Art* yang diketuai Ibu Zulaikah
 - Pendampingan perancangan strategi pemasaran berbasis sosial media instagram
 - Pendampingan pembuatan profil pemasaran berbasis sosial media instagram
 - Pelatihan *update profil* pemasaran berbasis sosial media instagram
- 2) Peningkatan Kapasitas Produksi melalui Pembuatan Varian *Pudding Jelly*

- Pelatihan percobaan/eksperimen untuk menunjang pembuatan kreasi baru *Pudding Jelly Art*
- Pendampingan pembuatan dan perancangan portofolio varian kreasi baru *Pudding Jelly Art*

3) Monitoring & Evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan dilakukan oleh Tim PKM sesuai dengan masing-masing sistematika yang telah dilatihkan sebelumnya.

Berdasarkan kegiatan pembinaan dan pendampingan kepada kelompok ibu rumah tangga *Pudding Jelly Art* yang diketuai Ibu Zulaikah maka hasil evaluasi dan capaian kinerja program pengabdian meliputi:

- 1) Bertambahnya pengetahuan tentang strategi pemasaran produk, pemasaran berbasis teknologi informasi, dan strategi peningkatan kapasitas produksi
- 2) Kemampuan untuk mempraktekkan pembuatan Instagram
- 3) Kemampuan membuat varian kreasi baru pudding jelly art yaitu *Pudding Jelly Art*

Materi Pelatihan dan Pendampingan

Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Beberapa contoh teknik pemasaran yang termasuk dalam digital marketing adalah SEO (Search Engine Optimization), periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, billboard elektronik, email marketing, mobile marketing (Suriani et al., 2023), dan lainnya.

Beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional;

1) Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, Digital Marketing juga dapat diukur secara *realtime* dan tepat.

2) Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media *online*, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.

Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya Anda dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk. Sehingga Anda dapat memperbaiki untuk periode berikutnya.

3) Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari DM yang luas. Anda dapat menyebarkan *brand* atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

4) Murah dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja *digital marketing* jauh lebih murah dan efektif. Biaya anggaran yang dihemat dapat sampai 40%, hal tersebut menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report.

5) Membangun Nama *Brand*

Digital marketing membantu Anda membangun nama *brand* dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan *brand* Anda sangat penting karena orang akan melakukan pencarian *online* sebelum membeli produk Anda.

Gambar 2. Pelatihan Pemasaran Berbasis Sosial Media



Jenis *Digital Marketing*

1) *Website*

Website sangat berperan dalam menunjukkan profesionalisme perusahaan, membantu konsumen mengetahui bisnis Anda, promosi yang hemat dan media bisnis yang mudah (Witjaksono et al., 2023).

2) *Search Engine Marketing*

Upaya untuk membuat *website* perusahaan mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari. *Search Engine Marketing* terbagi atas *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Search Engine Marketing* (SEM) (Jie et al., 2021).

SEO dilakukan sendiri dengan waktu yang lebih lama dan murah sedangkan SEM berbayar tetapi lebih cepat.

3) *Social Media Marketing*

Edarkan *platform* di media sosial seperti Facebook dan Twitter karena dapat dilakukan dengan biaya yang minim bahkan gratis. Ini tentu saja dapat meningkatkan *brand* perusahaan (Siti Aisyah et al., 2023).

4) *Online Advertising*

Media promosi melalui internet dengan berbayar. Ini dapat mendapatkan konsumen lebih cepat dan memuaskan namun terbilang lebih mahal dibandingkan jenis yang sebelumnya (Gharibshah & Zhu, 2021).

5) *Email Marketing*

Anda dapat memberitahu informasi terbaru mengenai promosi yang sedang berlangsung maupun produk atau jasa terbaru.

6) *Video Marketing*

Dengan cara ini, Anda dapat langsung menjelaskan tentang bisnis Anda, menjelaskan produk dan cara menggunakannya serta menampilkan testimonial pelanggan.

Berdasarkan kegiatan pembinaan dan pendampingan kepada Ibu Zulaikah pemilik usaha *pudding jelly art* maka hasil evaluasi dan capaian kinerja program pengabdian meliputi:

- 1) Bertambahnya pengetahuan tentang strategi pemasaran produk, pemasaran berbasis teknologi informasi, dan strategi peningkatan kapasitas produksi
- 2) Kemampuan untuk mempraktekkan pembuatan Instagram
- 3) Kemampuan membuat varian kreasi baru *pudding jelly art* yaitu Pudding Lapis Regal, Pudding Lumut Pandan Coklat, Pudding Choco Brownies, dan Pudding Chococino

Pengembangan Kegiatan. Rekomendasi yang dilakukan untuk pengembangan di masa mendatang meliputi :

- a. Diterapkannya strategi pemasaran berbasis media sosial (penggunaan instagram @dapoerriska.id)
- b. Meningkatkan kapasitas produksi melalui penambahan varian kreasi baru *pudding jelly art* yaitu Pudding Lapis Regal, Pudding Lumut Pandan Coklat, Pudding Choco Brownies, dan Pudding Chococino

Hasil temuan berdasar pada tujuan kegiatan PKM ini adalah

- 1) Penguatan Manajemen Usaha, terutama manajemen pemasaran berbasis Sosial Media dengan dibuatnya akun Instagram @dapoerriska.id
- 2) Peningkatan Proses Produksi Melalui pembuatan varian kreasi baru *pudding jelly art* yaitu Pudding Lapis Regal, Pudding Lumut Pandan Coklat, Pudding

KESIMPULAN

Mitra dari kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah Ibu Zulaikah, pemilik usaha Pudding Jelly Art yang berlokasi di Jalan Raya Kasin Kepuharjo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Survei awal yang dilakukan oleh Tim PKM mengidentifikasi dua permasalahan utama, yakni ketergantungan pemilik usaha pada metode promosi tradisional dan kebutuhan untuk meningkatkan proses produksi, khususnya dalam menciptakan variasi kreasi seni pada produk "Pudding Jelly Art."

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, solusi yang diusulkan adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik usaha dengan fokus pada penerapan strategi pemasaran berbasis media sosial dan pengembangan variasi kreasi seni pada produk *pudding jelly art*. Dengan memahami potensi pemasaran online dan meningkatkan variasi produk melalui kreativitas seni baru, diharapkan usaha ini dapat menjadi lebih kompetitif dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam era digital ini, penekanan akan diberikan pada pemanfaatan media sosial seperti blog atau Instagram untuk mencapai pasar yang lebih luas di wilayah Malang Raya melalui pemesanan online atau sistem COD (cash on delivery). Dengan demikian, langkah-langkah ini diharapkan dapat membawa perubahan positif, meningkatkan daya saing usaha, dan membantu pemilik usaha dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

SARAN

Guna meingkatkan pendapatan keluarga, perlu dilakukan upaya terus menerus untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya strategi

pemasaran berbasis media sosial dan pengembangan variasi kreasi seni pudding jelly art. Diharapkan usaha "Pudding Jelly Art" dapat meningkatkan daya saing, mengakses pasar yang lebih luas, dan memperoleh apresiasi yang lebih besar dari konsumen.

Pengabdian ini penting untuk mengidentifikasi dan mengatasi hambatan-hambatan strategis yang dihadapi oleh pemilik usaha "Pudding Jelly Art." Dengan demikian, diharapkan usaha "Pudding Jelly Art" dapat meningkatkan daya saing, mengakses pasar yang lebih luas, dan memperoleh apresiasi yang lebih besar dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, H., & Abtokhi, A. (2022). Pendekatan Metode Scrum dalam Pengembangan Sistem Pengarsipan Penelitian, Pengabdian, dan Publikasi. *LibTech: Library and Information Science Journal*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.18860/libtech.v3i1.15660>
- Gharibshah, Z., & Zhu, X. (2021). User Response Prediction in Online Advertising. *ACM Computing Surveys*, 54(3), 1–49. <https://doi.org/10.1145/3446662>
- Jie, C., Xu, D., Wang, Z., Wang, L., & Shen, W. (2021). An Efficient Group-based Search Engine Marketing System for E-Commerce. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(2), 1–7. <http://arxiv.org/abs/2106.12700>
- Kurniawan, I. (2023). Perancangan Sistem “Njajan” Berbasis Web Untuk Promosi Dan Pemasaran Kuliner Tradisional di Wilayah Jepara. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(2), 1–7. <https://doi.org/10.55886/infokom.v7i2.610>
- Masrohatin, S., Hasanah, H., & Rahmadiyah, V. (2023). Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerajinan Monte Dengan Model Triple Helix Di Blimbingsari Banyuwangi. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(2), 215–224. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i2.641>
- Santi, F., Oktaviani, R., Hakim, D. B., & Kustiari, R. (2013). Tourism Investment, Supply and Demand in Indonesia: Impact and Factor Analysis. *The First International Conference on Law, Business and Government 2013*, 1(2), 61–74.
- Siti Aisyah, Nadhrah Al Aflah, Rizky Aryansyah, Erlangga Hakim Manurung, Arbarija Hafiz Lubis, & Araza Yudha Maghfirah. (2023). Implementasi Manajemen Teknologi Media Sosial Instagram Sebagai Space Promotion pada UMKM Henna Art Medan. *Abdi Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 115–118. <https://doi.org/10.61253/abdicendekia.v2i1.90>
- Suriani, K., Merta, I., & Ardiansyah, W. (2023). Analyzing Quality of Human Resources and Risk-Taking in the Performance of Creative Industry MSMEs in Tabanan Regency. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 429–436. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2079>
- Suryadharma, M., Asthiti, A. N. Q., Putro, A. N. S., Rukmana, A. Y., & Mesra, R. (2023). Strategi Kolaboratif dalam Mendorong Inovasi Bisnis di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif pada Perusahaan Desain Grafis. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 172–181. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.221>

Witjaksono, R. W., Puspitasari, W., & Saputra, M. (2023). Implementasi CRM di UMKM Kota Bandung Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *ProProsiding PKM-CSR*, 6, 1–8.