



## Potensi *Home Industry Fast Food* sebagai Peluang Bisnis bagi Warga Aisyiyah dan Muhammadiyah Kota Depok

Rd. Heri Solehudin Atmawidjaja<sup>1\*</sup>, Rudy Gunawan<sup>2</sup>, Rifma Ghulam Dzaljad<sup>3</sup>, Muhammad Aktsar Naf'an<sup>4</sup>, Nova Indri Rinjani<sup>5</sup>, Siti Mariyam<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Magister Ilmu Pendidikan Sosial, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta

\*Email koresponden: [herisolehudin@uhamka.ac.id](mailto:herisolehudin@uhamka.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 10 Mei 2024

Accepted: 25 Jul 2024

Published: 01 Agu 2024

#### Kata kunci:

Bisnis Potensial,  
Fast Food,  
Home Industry.

#### Keywords:

Fast Food,  
Home Industry,  
Potential Business.

### ABSTRAK

**Pendahuluan:** Kota Depok merupakan salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam industri makanan cepat saji. Hal ini membuka peluang bisnis bagi warga Aisyiyah dan Muhammadiyah untuk mengembangkan bisnis rumahan sebagai alternatif dalam Upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga. Studi ini bertujuan menjembatani potensi bisnis dan kebutuhan ekonomi warga Aisyiyah-Muhammadiyah melalui pendekatan home industry fast food. **Metode:** Pelatihan, workshop, serta pendampingan langsung, kepada warga Keluarga Besar Aisyiyah-Muhammadiyah di Kecamatan Cimanggis, Kota Depok dalam usaha makanan cepat saji. **Hasil:** Home Industry Fast Food di Kota Depok memiliki potensi yang cukup besar sebagai peluang bisnis bagi warga Aisyiyah dan Muhammadiyah. **Kesimpulan:** Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan bisnis peserta, tetapi juga memberdayakan mereka secara sosial. Para peserta, terutama ibu-ibu Warga Muhammadiyah merasa lebih percaya diri dan memiliki peran yang lebih aktif dalam mengelola bisnis dan berkontribusi pada kehidupan komunitas mereka.

### ABSTRACT

**Background:** Depok City is a city that has great potential in the fast food industry. This opens up business opportunities for Aisyiyah and Muhammadiyah residents to develop home businesses as an alternative to improve family welfare. This study aims to bridge the business potential and economic needs of Aisyiyah-Muhammadiyah residents through a fast food home industry approach. **Method:** Training, workshops, and direct assistance to residents of the Aisyiyah-Muhammadiyah extended family in Cimanggis District, Depok City in the fast food business. **Result:** The fast Food Home Industry in Depok City has large potential business opportunities for Aisyiyah and Muhammadiyah residents. **Conclusion:** This training improves participants' business skills and empowers them socially. The participants, especially Muhammadiyah women, felt more confident and had a more active role in managing their businesses and contributing to the life of their community.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

## PENDAHULUAN

Di tengah dinamika ekonomi global yang terus berubah, home industry atau industri rumahan telah menjadi salah satu alternatif bisnis yang menarik perhatian banyak individu dan kelompok masyarakat. Home industry tidak hanya menawarkan fleksibilitas dalam waktu dan lokasi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada para pelaku usaha untuk mengembangkan produk-produk kreatif dan unik dengan modal yang terjangkau (Tresiana & Duadji, 2019). Salah satu bidang home industry yang semakin berkembang dan menjanjikan adalah bisnis fast food. Bisnis fast food memberikan solusi dengan menyediakan makanan yang praktis, cepat, dan terjangkau, sehingga memenuhi kebutuhan konsumen yang sering kali terburu-buru. Pada saat yang sama pelaku bisnis fast food memiliki fleksibilitas dalam menciptakan menu yang inovatif dan menyesuaikan dengan preferensi konsumen. Dengan berbagai variasi menu yang ditawarkan, bisnis ini dapat menarik perhatian konsumen baru serta mempertahankan pelanggan setia. Terlebih lagi, dengan dukungan teknologi dan media sosial, promosi produk bisa dilakukan secara efektif, memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keuntungan (Rahman & Triani, 2023).

Bisnis fast food telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup modern, di mana masyarakat semakin menghargai kenyamanan dan kecepatan dalam memperoleh makanan yang lezat dan bergizi (Solehudin et al., 2024). Dalam konteks ini, home industry fast food muncul sebagai alternatif yang menarik bagi konsumen yang mencari variasi kuliner yang segar dan inovatif, sementara memberikan peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha rumahan (Kussanti et al., 2022). Karena itu industri rumahan fast food, inovasi dalam kemasan makanan dapat memberikan nilai tambah pada produk, meningkatkan daya tarik konsumen, dan memberikan kesan positif terhadap keamanan dan kualitas produk (Yan et al., 2022).

Bisnis makanan cepat saji industri rumah tangga telah menarik perhatian sebagai peluang potensial untuk pertumbuhan ekonomi dan pengembangan masyarakat. (Solehudin et al., 2024) (Rahma & Supriatiningrum, 2021). Selain itu, faktor-faktor yang berpengaruh seperti meningkatnya pemesanan makanan secara online, memenuhi keterbatasan waktu konsumen, dan peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan telah berkontribusi terhadap pertumbuhan signifikan dalam volume penjualan industri makanan cepat saji (Li et al., 2022). Dalam bidang pelibatan masyarakat, inisiatif yang bertujuan memberdayakan masyarakat lokal melalui pembangunan ekonomi telah mendapatkan perhatian (Solehudin et al., 2023). Misalnya, upaya untuk memetakan potensi peluang usaha kreatif dalam komunitas lokal telah diakui sebagai upaya penting untuk mendorong pemberdayaan ekonomi (Handajani et al., 2022).

Dari sudut pandang bisnis, terdapat peningkatan minat terhadap potensi platform online untuk bisnis makanan cepat saji, khususnya di Indonesia (Suryawirawan, 2019). Studi yang dilakukan (Suryawirawan, 2019) menunjukkan bahwa terdapat peluang besar bagi usaha bisnis online di sektor makanan cepat saji, yang menunjukkan potensi pertumbuhan dan profitabilitas di bidang ini (Rudy Gunawan, et al., 2023). Lebih lanjut, penelitian ini menekankan pentingnya memahami perilaku dan preferensi konsumen di industri makanan cepat saji, khususnya dalam hal kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Qin et al., 2010).

Dalam konteks industri rumah tangga, terdapat peningkatan minat untuk memanfaatkan sumber daya lokal dan pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan ekonomi, termasuk potensi pengembangan usaha di pedesaan (Rahmi et al., 2020); Hal ini sejalan dengan gagasan untuk

menjajaki peluang pengembangan usaha lokal, khususnya dalam konteks industri rumah tangga dan kewirausahaan (Solehudin, et al., 2023)

Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam berbagai aspek bisnis, termasuk teknik memasak, manajemen keuangan, pemasaran, dan kepatuhan terhadap regulasi (Muntahanah et al., 2022). Hal ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat fondasi bisnis mereka. Dengan mengorganisir acara seperti pameran makanan atau festival kuliner, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk, kita dapat membantu para pelaku usaha home industry fast food untuk meningkatkan visibilitas dan akses pasar bagi produk mereka, baik secara lokal maupun regional (Putri et al., 2021).

Melalui pendekatan pengabdian masyarakat kolaboratif ini potensi bisnis home industry fast food ini dapat tumbuh berkembang dan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan pemberdayaan keluarga Muhammadiyah khususnya dan Masyarakat sekitar pada umumnya, akan tetapi program ini bukan tanpa kendala, lalu apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh Warga Aisyiyah-Muhammadiyah dalam mengembangkan bisnis home industry fast food, dan bagaimana cara mengatasinya akan dibahas pada literatur ini.

## METODE

Teknis pelaksanaan pelatihan *Home Industry Fast Food* sebagai Bisnis Potensial bagi Warga Aisyiyah-Muhammadiyah dilaksanakan dengan melalui tahapan-tahapan :

1. Identifikasi Kebutuhan Peserta yaitu Keluarga Aisyiyah-Muhammadiyah di Kecamatan Cimanggis
2. Penyampaian materi yang menyangkut peluang usaha, cara memulai usaha, manajemen usaha, manajemen keuangan hingga marketing dan digital marketing.
3. Implementasi penjualan online melalui platform market digital
4. Monitoring dan Evaluasi dengan melakukan evaluasi berkala untuk mengukur kemajuan peserta selama pelatihan.
5. Pendampingan Pasca Pelatihan dengan memberikan dukungan dan bimbingan kepada peserta setelah pelatihan selesai.
6. Pemantauan Usaha dengan melakukan pemantauan terhadap perkembangan bisnis peserta setelah pelatihan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap para pelaku usaha yang telah mengikuti serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan dan juga melakukan pengamatan langsung dilokasi usahanya untuk mengukur dampak dan efektifitas pelaksanaan pelatihan terhadap usaha home industry makanan cepat saji, data kemudian dianalisis untuk menghasilkan suatu kesimpulan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Kecamatan Cimanggis, terdapat sejumlah *Home Industry Makanan Olahan* yang dikelola oleh para anggota Warga Aisyiyah-Muhammadiyah. Dalam usahanya untuk mengembangkan potensi ekonomi lokal, mereka mendapatkan pendampingan yang berharga dari Lazis Muhammadiyah Kota Depok. Pendampingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pelatihan produksi, manajemen bisnis, hingga pemasaran.

Dengan bantuan dari Lazis Muhammadiyah, para pelaku usaha *Home Industry* tersebut dapat meningkatkan kualitas produk mereka serta memperluas jangkauan pasar. Pendampingan ini juga membantu mereka dalam memahami regulasi serta standar keamanan pangan yang berlaku, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk makanan olahan yang dihasilkan.

**Tabel 1.** Daftar *Home Industry* Makanan Olahan Warga Aisyiyah-Muhammadiyah Kecamatan Cimanggis

No	Pemilik Usaha	Jenis Usaha	Lokasi Tempat Usaha	Jumlah Omzet/Bln
1	Roosy Dwi Chrisnawaty	Pempek Palembang dan tekwan	Jl. Persada no. 29 JatijajarTapos Depok	750.000
2	Reni Heriyati	Kuliner Gudeg, krecek dan telur asin	Jl. Rajawali Sukamajubaru Tapos Depok	1.500.000
3	Lucynda Afriyanti	Pempek dan Tekwan	Perum Jatijajar Blok D24 No. 9 Rt 6 Rw 12	3.000.000
4	Ririn Kriswardani	Kue Basah	Gg. Soka rt 6 rw 5 Cisalak	500.000
5	Ratna Kustifasari	Kuliner	Palsigunung Cimanggis	1.000.000
6	Asriningsih	Minuman	Kp. Babakan Rawakalong Rt 2 Rw 8 No. 39 Curug Cimanggis	2.500.000
7	Sri Wahyuni	Kue kering	Rt 4 rw 8 Jl. H. Icang No. 92 Tugu	2.000.000
8	Sri Rahayu	Makanan dan Kue	Perum. Bulak Indah Blok D No. 11 rt 5 rw 2 Kalibaru Cilodong	2.000.000
9	Een Cathering	Makanan & kue jajanan pasar	Gg. Soka Rt 6 Rw 5 no. 59 Cisalak Pasar	1.000.000
10	Mila Mahilah	Ayam Bakar	Gg. Soka RT 06 RW 05 Cisalak Pasar	500.000
11	Indah Mulawati	Aneka Jajanan	Basah Jl. Nusa Indah Rt 5 Rw 5 Cisalak Pasar	1.000.000

Selain itu, kolaborasi antara Warga Aisyiyah-Muhammadiyah dan Lazis Muhammadiyah Kota Depok juga memperkuat solidaritas dan sinergi dalam memajukan ekonomi lokal, sekaligus

mendukung misi sosial dan keagamaan yang diemban oleh kedua lembaga tersebut. Dengan kerja sama yang erat ini, diharapkan Home Industri Makanan Olahan di Kecamatan Cimanggis dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat setempat serta ekosistem ekonomi umumnya.

Dalam kaitannya dengan pengabdian Masyarakat kolaboratif ini pengembangan potensi bisnis home industry fast food menjadi sangat relevan karena mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, dan pembangunan komunitas secara holistik. Melalui pendekatan ini, kita dapat membantu masyarakat terutama warga Muhammadiyah khususnya para ibu rumah tangga dan kelompok masyarakat ekonomi lemah, untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan, meningkatkan pendapatan keluarga, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.



**Gambar 1.** Rd. Heri Solehudin sedang memberikan paparan tentang Peluang Bisnis kepada Warga Aisyiyah-Muhammadiyah Cimanggis Kota Depok

Pelatihan dalam home industry fast food memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal, khususnya para ibu rumah tangga dan kelompok ekonomi lemah, untuk memanfaatkan potensi ekonomi yang ada di lingkungan mereka. Dengan mengasah keterampilan dalam memasak dan manajemen bisnis, mereka dapat menghasilkan produk makanan yang berkualitas dan bersaing di pasar lokal. Bisnis home industry fast food dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi keluarga, terutama bagi mereka yang memiliki waktu luang di rumah. Dengan memanfaatkan bahan baku lokal dan modal yang relatif kecil, bisnis ini dapat memberikan penghasilan stabil bagi para pelaku usaha, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan keluarga secara keseluruhan. Dengan memperkuat sektor home industry fast food, kita juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Pelaku usaha akan menggunakan bahan baku lokal, berkolaborasi dengan supplier lokal, dan menjual produk mereka di pasar lokal, yang semuanya akan berkontribusi pada perkembangan ekonomi daerah.



**Gambar 2.** Ibu-ibu Aisyiyah Peserta Kegiatan Edukasi Peluang Usaha Makanan Cepat Saji

Di lingkungan Aisyiyah-Muhammadiyah Kecamatan Cimanggis, terjadi perkembangan awal dalam bisnis kuliner makanan cepat saji dan aneka kue. Meskipun belum mencapai puncaknya, beberapa individu atau kelompok telah mulai memperkenalkan berbagai macam makanan cepat saji dan kue kecil di Kecamatan Cimanggis. Bisnis kuliner ini mencerminkan pengaruh budaya lokal, dengan memadukan cita rasa tradisional dan modern. Makanan cepat saji yang dijual mungkin memiliki sentuhan lokal dalam bumbu atau cara penyajiannya, sementara aneka kue juga mungkin mengambil inspirasi dari tradisi lokal dalam hal rasa dan tampilan.

Meskipun masih dalam tahap awal, bisnis kuliner ini melihat potensi pasar yang besar di lingkungan Aisyiyah-Muhammadiyah Kecamatan Cimanggis. Dengan populasi yang cukup besar dan tingkat kegiatan sosial yang aktif di daerah tersebut, ada peluang untuk mengembangkan bisnis ini lebih lanjut. Terdapat keterlibatan aktif dari komunitas setempat, termasuk anggota Aisyiyah dan Muhammadiyah, dalam mendukung dan mempromosikan bisnis kuliner ini. Mereka mungkin menjadi pelanggan setia dan juga berperan dalam memperluas jaringan bisnis.

Peserta program pelatihan dan pendampingan bisnis makanan cepat saji juga memiliki potensi untuk menjadi pelanggan setia bagi bisnis mereka sendiri maupun bisnis peserta lainnya. Selain itu, mereka juga dapat berperan dalam memperluas jaringan bisnis melalui jejaring sosial dan komunitas, yang dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang.



**Gambar 3.** Heri Solehudin Berfoto Bersama Para Peserta Setelah Kegiatan

Meskipun ada pertumbuhan awal, bisnis kuliner ini masih menghadapi sejumlah tantangan dalam pengembangannya. Ini termasuk persaingan dengan bisnis sejenis, kebutuhan untuk meningkatkan visibilitas dan pemasaran, serta menghadapi kendala dalam perizinan atau regulasi yang berlaku.

Potensi bisnis makanan di bidang kuliner khas Palembang, seperti pempek dan tekwan, serta kuliner khas Yogyakarta, seperti gudeg, krecek, dan telur asin, mencakup berbagai jenis makanan yang dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang unik dan autentik. Pempek, makanan ikonik dari Palembang, terdiri dari adonan ikan yang digoreng dan disajikan dengan cuko khas Palembang. Pengembangan bisnis kuliner khas Palembang, seperti pempek, didukung oleh penelitian yang menyoroti pengembangan kewirausahaan lokal dalam produk cemilan khas Kota Palembang (Terttiaavini et al., 2019). Selain itu, analisis keputusan konsumen dalam membeli makanan dan minuman di warung juga menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran (Isa et al., 2018). Pada konteks yang lebih luas, eksistensi bisnis kuliner halal melalui pemasaran digital juga menjadi relevan dalam era new normal (Faizah, 2022).

Di sisi lain, potensi bisnis kuliner khas Yogyakarta, seperti gudeg, krecek, dan telur asin, dapat diperkuat dengan pendekatan pemasaran yang mempertimbangkan harga, kualitas pelayanan, tempat, dan kualitas makanan khas Melayu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Anggraini & Yana, 2022). Selain itu, revitalisasi makanan tradisional juga menjadi strategi penting dalam menjelaskan potensi dan keragaman produk makanan tradisional yang khas di suatu daerah (Sasono, 2023).

Kue basah merupakan makanan ringan yang populer di Indonesia, terutama sebagai camilan atau hidangan penutup. Potensi bisnis kue basah terletak pada beragamnya jenis kue dan variasi rasa yang dapat disesuaikan dengan selera pelanggan. Potensi pasar kue basah dapat dilihat dari analisis strategi pengembangan usaha, strategi pemasaran di era digital, inovasi produk kue basah, analisis potensi pasar dan strategi pemasaran di berbagai kota, serta pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kue basah (Astari et al., 2021). Dengan demikian, potensi pasar kue basah sebagai makanan ringan yang populer di Indonesia menunjukkan peluang yang luas untuk pengembangan bisnis kuliner di sektor kue basah (Tiffany et al., 2022).

Meskipun belum mencapai puncaknya, bisnis kuliner yang dikelola oleh Warga Aisyiyah-Muhammadiyah di Kecamatan Cimanggis menjanjikan pertumbuhan yang cerah di masa mendatang. Meski masih dalam tahap pengembangan, adanya dukungan dari Lazis Muhammadiyah Kota Depok memberikan fondasi yang kuat bagi pertumbuhan bisnis ini. Dengan tekad untuk terus berinovasi, para pelaku usaha kuliner tersebut berkomitmen untuk meningkatkan kualitas produk mereka (Ahmad et al., 2023). Melalui peningkatan standar produksi dan penggunaan bahan-bahan berkualitas, mereka bertujuan untuk memperbaiki pengalaman konsumen dan membangun reputasi yang solid di pasar (Trulline, 2021).

Selain itu, memperluas pangsa pasar juga menjadi fokus utama dalam strategi pengembangan bisnis ini. Dengan memanfaatkan pelatihan dan bantuan dari Lazis Muhammadiyah, mereka berupaya untuk menjelajahi pasar baru dan menjangkau lebih banyak konsumen potensial di dalam dan di luar wilayah Kecamatan Cimanggis. Dengan dukungan komunitas Warga Aisyiyah-Muhammadiyah serta jaringan Lazis Muhammadiyah, bisnis kuliner ini memiliki peluang untuk menjadi salah satu destinasi kuliner utama di lingkungan sekitarnya. Sinergi antara pengusaha lokal

dan lembaga amal ini membantu menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah di bidang kuliner.

Melalui upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, dan membangun reputasi yang kuat (Hilmiyah et al., 2022), bisnis kuliner ini diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat Aisyiyah-Muhammadiyah di Kecamatan Cimanggis, sambil menjadikan mereka sebagai pelaku yang berdaya saing dalam industri makanan olahan lokal.

Upaya untuk meningkatkan visibilitas dan akses pasar bagi produk home industry fast food dapat dilakukan melalui berbagai strategi. Salah satunya adalah dengan mengorganisir acara-acara seperti pameran makanan atau festival kuliner. Dengan melibatkan para pelaku usaha dalam acara semacam ini, mereka memiliki kesempatan untuk menampilkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas, baik itu dari segi lokal maupun regional. Selain melalui acara langsung, pemanfaatan teknologi digital juga dapat menjadi sarana yang efektif untuk memasarkan produk home industry fast food. Dengan memanfaatkan platform online, para pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara lebih luas dan efisien. Dengan demikian, mereka dapat lebih mudah terhubung dengan konsumen potensial dan meningkatkan penjualan produk mereka secara signifikan.

## KESIMPULAN

Program pelatihan dan pendampingan bisnis makanan cepat saji yang diselenggarakan dalam program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan bisnis peserta, tetapi juga berfokus pada pemberdayaan sosial. Melalui program ini, peserta, khususnya ibu-ibu Warga Muhammadiyah, merasakan peningkatan signifikan dalam rasa percaya diri serta memperoleh peran yang lebih aktif dalam mengelola bisnis mereka. Dengan adanya dukungan dan bimbingan yang diberikan, peserta merasa lebih berdaya dalam menghadapi tantangan dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka. Hal ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga secara langsung membawa perubahan positif dalam aspek sosial dan kesejahteraan mereka. Dengan meningkatnya keterlibatan dalam bisnis makanan cepat saji, para peserta mampu merencanakan dan mengimplementasikan strategi bisnis yang lebih efektif, yang pada gilirannya memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup mereka serta memberikan dampak positif bagi mereka secara keseluruhan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pimpinan Cabang Aisyiyah Kecamatan Cimanggis Kota Depok karena telah memberikan banyak bantuan dalam pelaksanaan kegiatan PKM Kolaboratif ini. Kami juga berterima kasih kepada LPPM Uhamka atas dukungan mereka dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, T. D., Syafril, S., & Fadillah, F. (2023). Strategi Pengembangan Kue Gugui Dalam Pariwisata Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat. In *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3116>
- Anggraini, R., & Yana, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, Dan Kualitas Makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner Di Kota Batam. In *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.697>



- Astari, A. A. E., Kardini, N. L., Suartini, N. W., & Eva Santhi, N. W. (2021). Analisis Kelayakan Pengembangan Home Industry Kue Sari Cacalan Di Desa Tulikup Gianyar Bali. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 5(1), 28. <https://doi.org/10.32493/frkm.v5i1.14549>
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi Bisnis Kuliner Halal Melalui Digital Marketing Di Era New Normal. In *Serambi Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.36407/serambi.v4i1.513>
- Handajani, L., Akram, A., & Sokarina, A. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemetaan Potensi Peluang Usaha Kreatif Masyarakat Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat. In *Jurnal Abdi Insani*. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i4.783>
- Hilmiyah, N., Permana, E. P., Hatta, I. H., & Widyaningsih, M. S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid - 19. In *JRB-Jurnal Riset Bisnis*. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i2.3391>
- Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Warung Hik. In *Jurnal Manajemen Dayasaing*. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i1.6590>
- Kussanti, D. P., Fitrianyah, F., Harbet, P., & Atmaja, J. (2022). Pelatihan Teknik Food Fotografi Dalam Meningkatkan Branding Pada UMKM Prima Global Mart Bekasi. In *Kreatif Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i4.665>
- Muntahanah, S., Cahyo, H., Winarto, H., Murdijaningsih, T., Setiawan, H., & Zuhaena, F. (2022). Pendampingan Penambahan Lini Produk Fionna Cake Sebagai Upaya Perluasan Pangsa Pasar Di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah. In *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*. <https://doi.org/10.54082/jamsi.392>
- Putri, S. A. M., Hayati, S. R., & Sutrisno, S. (2021). Pendampingan Umkm Al-Maidah Catering Jogja: Sertifikasi Halal Dan Pengelolaan Keuangan. In *Transformatif Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v2i2.3843>
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. (2010). Perceived Service Quality in Fast-food Restaurants: Empirical Evidence From China. In *International Journal of Quality & Reliability Management*. <https://doi.org/10.1108/02656711011035129>
- Rahma, A., & Supriatiningrum, D. N. (2021). Food Safety Education by Evaluating Good Manufacturing Practices for the Home Industry of Processed Palm Fruit in Hendrosari Gresik. In *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering Social Science and Health International Conference (Umgeshic)*. <https://doi.org/10.30587/umgeshic.v1i2.3405>
- Rahman, Y., & Triani, A. R. (2023). Desain Kemasan Frozen Food Umkm Mr. Batagor. In *Charity*. <https://doi.org/10.25124/charity.v6i1a.5911>
- Rahmi, V. A., Fathoni, M. Z., & Ismanto, H. (2020). Potensi Lokal Pengembangan Bisnis Desa Saat Pandemi Tengah Melanda Negeri. In *Matrik Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri Produksi*. <https://doi.org/10.30587/matrik.v21i1.1614>
- Sasono, K. W. (2023). Revitalisasi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kabupaten Semarang. In *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*. <https://doi.org/10.31294/khi.v14i2.15584>
- Solehudin, R. H., Gunawan, R., D, R. G., Munawwaroh, S., & Darwis, S. (2024). Upaya Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Program Pendampingan UMKM Oleh Lazismu Kota Depok. 13(1), 273–282.
- Solehudin, R. H., Gunawan, R., Kodir, A., Muttaqin, A., & Lalu, M. (2023). Strategi Pemasaran Online Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) CeuEms Frozen Food di Beji Depok dalam Menghadapi Persaingan Usaha. 12(2), 459–468.
- Solehudin, R. H., Khuluqo, I. El, Budiarti, E., & Salman, I. (2023). Building An Entrepreneurship Mindset Through Social Science Entering The Society 5.0 Era (Critical Review Entrepreneurship Urgency At Sps Uhamka Jakarta). 3, 2080–2097.
- Solehudin, R. H., Rudy Gunawan, Imas Fatimah, Ahmad Suraji, Wirna Bardiyanti, & Ivan Sanjaya. (2023). Edukasi Inovasi Bisnis Untuk Pelaku UMKM Di Masa Post Pandemi Covid-19. *Jurnal SOLMA*, 12(2), 853–

858. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i2.12337>

- Suryawirawan, O. A. (2019). Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap E-Commerce Intention Melalui Aplikasi Online Shop Pada Mahasiswa Di Surabaya. In *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*. <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i1.46>
- Terttiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN “KEMPLANG TUNU” SEBAGAI PRODUK CEMILAN KHAS KOTA PALEMBANG. In *Jurnal Abdimas Mandiri*. <https://doi.org/10.36982/jam.v3i1.780>
- Tiffany, E., Yulyanti, L. C. W., Vincent, V., & Malinda, M. (2022). Penerapan Strategi Business Model Canvas Dalam Upaya Pengembangan Bisnis Umkm Cocinero Di Situasi Setelah Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.28>
- Tresiana, N., & Duadji, N. (2019). Mewujudkan Gender Equality Melalui Pengembangan Industri Rumahan Perempuan. In *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam*. <https://doi.org/10.14421/musawa.2019.182.119-131>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran Produk UMKM Melalui Media Sosial Dan E-Commerce. In *Jurnal Manajemen Komunikasi*. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>
- Yan, M. R., Hsieh, S., & Ricacho, N. (2022). Innovative Food Packaging, Food Quality and Safety, and Consumer Perspectives. In *Processes*. <https://doi.org/10.3390/pr10040747>