



**PENYULUHAN PENINGKATAN KUALITAS KULINER PADA UMKM DI  
KELURAHAN FITU**

***COUNSELING ON CULINARY QUALITY IMPROVEMENT FOR MSMEs IN FITU  
VILLAGE***

**Abdul Rahman Jannang<sup>1\*</sup>, Johan Fahri<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

<sup>1\*</sup> rahmanjannang@yahoo.com, <sup>2</sup>Johan.fahri@unkhair.ac.id

**Article History:**

Received: December 20<sup>th</sup>, 2025

Revised: February 10<sup>th</sup>, 2026

Published: February 15<sup>th</sup>, 2026

**Abstract:** *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly in South Ternate District, have shown significant growth. In 2022, the number of restaurant-based MSMEs was recorded at 72 units, increasing to 142 units in 2023 (Ternate City in Figures, 2024). This growth in the number of restaurants has inevitably been accompanied by increasingly intense competition in attracting consumers. Based on a preliminary survey conducted by the Community Service (PKM) team, it was revealed that several restaurant business owners, from the establishment of their businesses until the present, have not experienced significant business growth. One of the contributing factors to this condition is the limited understanding and knowledge of business actors in producing high-quality food products that are able to compete with other restaurants in Fitu Subdistrict. Essentially, every restaurant entrepreneur expects their business to grow from year to year. However, the reality faced does not fully align with these expectations. This situation occurs because many business owners still rely on habitual practices in food production, without adequately considering whether the products meet consumer preferences and needs. Therefore, through the implementation of this community service program, it is expected that counseling and training on improving culinary quality for MSME restaurants in Fitu Subdistrict can be carried out.*

**Keywords:** *Culinary quality,  
business competitiveness*

**Abstrak**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di Kecamatan Ternate Selatan, menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Pada tahun 2022, jumlah UMKM rumah makan tercatat sebanyak 72 unit dan meningkat menjadi 142 unit pada tahun 2023 (Kota Ternate dalam Angka, 2024). Perkembangan jumlah rumah makan tersebut tentunya diikuti oleh tingkat persaingan yang semakin ketat dalam memperoleh konsumen. Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), terungkap bahwa beberapa pengusaha

rumah makan, sejak awal pendirian usaha hingga saat ini, belum mengalami peningkatan usaha yang signifikan. Salah satu penyebab kondisi tersebut adalah masih rendahnya pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha dalam menghasilkan produk makanan yang berkualitas dan mampu bersaing dengan rumah makan lain di Kelurahan Fitu. Setiap pengusaha rumah makan pada dasarnya mengharapkan usahanya dapat berkembang dari tahun ke tahun. Namun, kenyataan yang dihadapi belum sepenuhnya sesuai dengan harapan. Kondisi ini terjadi karena sebagian pemilik usaha masih menerapkan pola kebiasaan lama dalam memproduksi makanan, tanpa mempertimbangkan kesesuaian produk dengan selera dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, melalui pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat dilakukan penyuluhan mengenai peningkatan kualitas kuliner bagi UMKM rumah makan di Kelurahan Fitu

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) khususnya di Kecamatan Ternate Selatan perkembangannya cukup signifikan dari Tahun 2022 jumlah UMKM rumah makan sebesar 72 unit dan berkembang menjadi 142 unit pada Tahun 2023 (Kota Ternate dalam Angka, 2024). Perkembangan rumah makan ini tentunya diikuti dengan persaingan yang sangat ketat dalam mendapat konsumen. Berdasarkan pada survei awal oleh tim PKM mengemuka bahwa ada beberapa pengusaha rumah makan, sejak membuka usaha rumah makannya sampai dengan sekarang ini belum mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut salah satu penyebabnya adalah masih kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang membuat produk makanan yang berkualitas yang dapat bersaing dengan rumah makan yang lain yang ada di kelurahan Fitu.

Tentunya setiap pengusaha rumah makan sangat mengharapkan usahanya dapat berkembang setiap tahunnya. Namun kenyataan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal yang demikian terjadi dikarenakan para pemilik usaha rumah makan tersebut masih menggunakan pola kebiasaan yang digunakan selama ini yaitu membuat produk makan yang belum tentu sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan demikian, dengan adanya adanya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat melaksanakan penyuluhan peningkatan kualitas kuliner pada UMKM di Kelurahan Fitu.

Berdasarkan analisis situasi di atas, disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha rumah makan di kelurahan Fitu adalah belum memiliki pemahan yang baru tentang menciptakan produk makan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan permasalahan mitra yang telah dijelaskan sebelumnya tentang para pengusaha rumah makan masih rendahnya pengetahuan tentang cara menciptakan produk makan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Maka solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah tersebut adalah memberikan penyuluhan tentang peningkatan kualitas kuliner pada UMKM di Kelurahan Fitu. Kualitas produk menurut (Tjiptono et al., 2008) kualitas produk adalah produk bebas cacat atau produk yang sesuai dengan standar (target sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur) yang memiliki 8 kriteria: produk harus memiliki kinerja, fitur, reliabilitas, konformasi (kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan), daya tahan, serviceability (kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, kompetensi, keramah tamahan staf layanan), estetika, dan persepsi terhadap kualitas (kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual). Permasalahan dan solusi dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Permasalahan Bisnis Kuliner dan Solusi Permasalahan**

<b>Permasalahan</b>	<b>Solusi Permasalahan</b>
Para pengusaha rumah makan masih rendahnya pengetahuan tentang cara menciptakan produk makan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen	Memberikan penyuluhan tentang peningkatan kualitas kuliner pada UMKM di Kelurahan Fitu

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah memberikan pengetahuan kepada para pengusaha rumah makan dalam rangka menciptakan produk makanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan harapan, melalui penyuluhan peningkatan kualitas kuliner pada UMKM di Kelurahan Fitu diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan para pengusaha rumah makan tersebut.

## **METODE**

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan penyuluhan peningkatan kualitas kuliner pada UMKM di Kelurahan Fitu. Dalam hal ini memberikan pengetahuan para pelaku usaha kuliner tentang cara membuat produk makan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen dengan metode penyuluhan yang digunakan adalah ceramah, diskusi (tanya jawab) dan studi kasus (Nurmala, 2020; Habibah et al., 2023; Abdul Rahman et al., 2025).

### **Tahap-Tahap Pengabdian Kepada Masyarakat**

- a. Tahap Persiapan. Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan (Hardilawati, 2020; Sugiharto, Tjandra Wasesa, 2021). Dalam tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, yaitu:
  1. Pra Survei: Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra
  2. Pembuatan Proposal: pembuatan proposal yang menawarkan solusi untuk permasalahan dan kebutuhan mitra
  3. Persiapan bahan sosialisasi: yaitu mempersiapkan materi sosialisasi yang akan diberikan kepada mitra.
- b. Tahap Pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan ini dilakukan di kantor kelurahan Bastiong Talangame. Pada tahap ini mitra dijelaskan tentang cara memasarkan hasil kuliner yang *online*.
- c. Tahap Pembuatan Laporan. Pada tahap akhir dibuat laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

### **Partisipasi Mitra**

Mitra dalam pengabdian kepada masyarakat berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, antara lain: a) Sebagai penyedia tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat, b) Sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat yang mengikuti seluruh kegiatan dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

### **Kelayakan Tim Pelaksana PKM**

Tim pelaksana PKM kali ini memiliki keahlian dibidangnya masing-masing yang sesuai dengan kebutuhan mitra dalam menyelesaikan permasalahannya. Para pengusaha toko pakaian di kelurahan Kota Baru belum mampu memberikan pelayanan yang baik pada konsumen. Maka

dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan dapat membantu pengusaha toko pakaian dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya untuk memberikan pelayanan yang baik. Keahlian tim PKM dapat di tampilkan pada Tabel 2

**Tabel 2. Uraian Tugas Tim Pengusul**

Nama Tim	Fakultas/Program Studi/Bidang Keahlian	Uraian Tugas
Abdul Rahman Jannang	Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen/ Pemasaran	Menulis proposal, survei lokasi PKM, koordinasi mitra, melakukan penyuluhan, presentasi hasil PKM, publikasi jurnal nasional
Johan fahri	Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen/ Pemasaran	Menulis proposal, menyiapkan materi, presentasi materi PKM, Menyusun laporan

## HASIL

Tim PKM melakukan pengamatan dan peninjauan kondisi tempat kegiatan pelaksanaan PKM serta melakukan koordinasi dengan kelurahan Fitu beserta stafnya. Hasil koordinasi tersebut, menunjukkan bahwa para pelaku penggiat UMKM khususnya yang berkecimpung pada berbagai usaha kuliner perlu mendapatkan bimbingan dan penyuluhan, tentang cara meningkatkan kualitas kuliner maupun cara memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen. Selain itu, tim PKM juga melakukan wawancara singkat pada pelaku usaha kuliner, dan mengemuka bahwa para pelaku usaha kuliner juga hanya mengandalkan menjual kulinernya secara *offline* dan belum ada satupun dari mereka yang melakukan promosi melalui media internet.



Setelah selesai wawancara singkat dengan para peserta PKM, maka selanjutnya diberikan penyuluhan tentang kualitas produk menurut (Tjiptono et all., 2008) adalah produk bebas cacat atau produk yang sesuai dengan standar (target sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur):

1. Kinerja (performance): kebersihan masakan kuliner
2. Fitur (features): karakteristik pelengkap khusus yg dpt menambah pengalaman pemakaian produk (minuman gratis, musik, dll)
3. Reliabilitas (keandalan kuliner): terjadinya kerusakan produk dlm waktu tertentu (basih atau rusak)
4. Konformasi (conformance): Tingkat kesesuai produk dengan standar yang telah ditetapkan (kuliner disesuaikan dgn selera konsumen)

5. Daya tahan (durability): hasil kuliner yg tdk cepat rusak
6. Serviceability: kecepatan, kemudahan dan keramahan dalam melayani konsumen
7. Estetika (aesthetics): penampilan produk yg dpt dinilai dgn panca Indera (rasa, aroma, dll)
8. Persepsi terhadap kualitas (perceived quality): kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual (pemilik kuliner)



Setelah selesai pemberian penyuluhan tentang kualitas produk, maka tim PKM telah melakukan evaluasi singkat terhadap para peserta PKM dengan menanyakan cara memberikan menciptakan kualitas produk. Dari hasil evaluasi singkat tersebut, menunjukkan bahwa mereka para peserta PKM sudah mengetahui kiat-kiat dalam menciptakan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Pelayanan yang baik atau kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan bagi para pelaku usaha kuliner di kelurahan Fitu dalam memasarkan produknya. Alisa Yuliana dkk. (2024); Sahrupi, S., & Zulqornain, T. A., (2017) menjelaskan tentang aspek yang membentuk terciptanya kualitas pelayanan:

1. Reliabilitas: kemampuan memberikan layanan yg dijanjikan dgn segera, akurat dan memuaskan
2. Responsivitas: keinginan dan kesediaan para pemilik kuliner memberikan layanan dgn tanggap
3. Jaminan (assurance): mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dpt dipercaya pemilik kuliner
4. Empati: kemudahan dlm menjalin hubungan, komunikasi yg efektif, perhatian personal, pemahaman kebutuhan pelanggan
5. Bukti fisik (tangibles): meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi

## PEMBAHASAN

Strategi untuk menciptakan produk yang berkualitas pada usaha kuliner merupakan faktor kunci dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Dalam industri kuliner, kualitas tidak hanya ditentukan oleh rasa, tetapi juga mencakup aspek keamanan pangan, konsistensi produk, tampilan sajian, pelayanan, serta pengalaman konsumen secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengelolaan kualitas harus dilakukan secara terpadu sejak pemilihan bahan baku hingga produk disajikan kepada pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Strategi pertama yang sangat penting adalah pemilihan dan pengendalian kualitas bahan baku. Bahan baku yang segar, aman, dan bermutu tinggi akan sangat menentukan cita rasa dan keamanan produk kuliner. Usaha kuliner perlu memiliki standar kualitas bahan, seperti kesegaran, warna, aroma, dan tanggal kedaluwarsa, serta menjalin hubungan yang baik dengan pemasok terpercaya. Menurut Stevenson dan Chuong (2014), kualitas output sangat dipengaruhi oleh kualitas input, sehingga pengendalian bahan baku menjadi fondasi utama dalam penciptaan produk

berkualitas.

Strategi berikutnya adalah standarisasi resep dan proses produksi. Standarisasi bertujuan menjaga konsistensi rasa, porsi, dan tampilan produk meskipun diproduksi oleh tenaga kerja yang berbeda. Standar resep, takaran bahan, waktu memasak, dan suhu pengolahan perlu didokumentasikan secara jelas. Heizer, Render, dan Munson (2020) menegaskan bahwa proses yang terstandar dan terkendali akan menghasilkan kualitas yang konsisten dan mengurangi kesalahan produksi.

Selain itu, usaha kuliner harus menerapkan prinsip kebersihan dan keamanan pangan (food safety). Penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) dan *Sanitation Standard Operating Procedures* (SSOP) sangat penting untuk mencegah kontaminasi makanan. Kebersihan dapur, peralatan, dan personal hygiene karyawan harus menjadi prioritas. Menurut Codex Alimentarius Commission (2020), keamanan pangan merupakan bagian tak terpisahkan dari kualitas produk makanan dan menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan konsumen.

Strategi penting lainnya adalah pengembangan keterampilan dan kesadaran kualitas sumber daya manusia. Karyawan yang terlibat dalam pengolahan dan penyajian makanan harus memiliki keterampilan teknis, pemahaman standar kualitas, serta sikap kerja yang disiplin. Pelatihan rutin mengenai teknik memasak, kebersihan, dan pelayanan pelanggan akan meningkatkan kualitas produk dan layanan. Goetsch dan Davis (2016) menyatakan bahwa kualitas merupakan tanggung jawab seluruh anggota organisasi, bukan hanya manajemen.

Selanjutnya, inovasi menu dan tampilan produk juga menjadi strategi dalam menciptakan kualitas yang bernilai tambah. Usaha kuliner perlu menyesuaikan produk dengan selera konsumen, tren pasar, serta kearifan lokal tanpa mengabaikan konsistensi rasa. Tampilan makanan yang menarik akan meningkatkan persepsi kualitas dan minat beli konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi kualitas sangat dipengaruhi oleh pengalaman visual dan emosional pelanggan.

Terakhir, penciptaan produk kuliner yang berkualitas harus didukung oleh evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Usaha kuliner perlu secara aktif menerima dan menindaklanjuti umpan balik pelanggan, baik secara langsung maupun melalui media digital. Evaluasi rutin terhadap rasa, porsi, harga, dan pelayanan akan membantu usaha melakukan perbaikan secara berkesinambungan. Pendekatan *Total Quality Management* (TQM) menekankan pentingnya perbaikan terus-menerus untuk menjaga daya saing dan kepuasan pelanggan (Heizer et al., 2020).

Dengan menerapkan strategi tersebut secara konsisten, usaha kuliner tidak hanya mampu menghasilkan produk yang aman dan lezat, tetapi juga membangun reputasi kualitas, loyalitas pelanggan, serta keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhan, strategi untuk menciptakan produk yang berkualitas pada usaha kuliner menuntut pendekatan yang menyeluruh dan berkelanjutan, tidak hanya berfokus pada rasa makanan semata, tetapi juga pada keamanan pangan, konsistensi produk, serta kepuasan pelanggan. Kualitas produk kuliner pada hakikatnya dibangun sejak tahap awal, yaitu pemilihan bahan baku yang segar dan bermutu, yang kemudian diolah melalui proses produksi yang terstandar dan terkendali. Dengan bahan baku yang baik dan proses yang konsisten, usaha kuliner dapat menjaga cita rasa, porsi, dan tampilan produk secara stabil meskipun diproduksi berulang kali.

Selain aspek teknis produksi, penerapan prinsip kebersihan dan keamanan pangan menjadi fondasi utama dalam menciptakan produk kuliner yang berkualitas. Kebersihan lingkungan, peralatan, dan personal hygiene karyawan tidak hanya menjamin keamanan makanan, tetapi juga

membangun kepercayaan konsumen terhadap usaha kuliner. Tanpa jaminan keamanan pangan, kualitas produk akan sulit dipertahankan dalam jangka panjang.

Strategi kualitas produk juga sangat dipengaruhi oleh peran sumber daya manusia. Karyawan yang terampil, disiplin, dan memiliki kesadaran terhadap pentingnya kualitas akan mampu menjalankan standar resep dan prosedur kerja dengan baik. Oleh karena itu, pelatihan berkelanjutan dan pembentukan budaya kerja yang berorientasi kualitas menjadi faktor kunci dalam menjaga mutu produk kuliner.

Di samping itu, inovasi menu dan penyajian yang disesuaikan dengan selera pasar memberikan nilai tambah terhadap kualitas produk. Inovasi yang dilakukan secara terukur, tanpa mengorbankan konsistensi rasa dan standar mutu, akan meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat posisi usaha kuliner di tengah persaingan. Inovasi ini perlu didukung oleh evaluasi rutin terhadap tanggapan dan umpan balik pelanggan.

Akhirnya, penciptaan produk kuliner yang berkualitas tidak dapat dipisahkan dari komitmen perbaikan berkelanjutan. Usaha kuliner yang secara konsisten mengevaluasi kualitas produk, menindaklanjuti keluhan pelanggan, serta melakukan penyempurnaan proses akan lebih mampu mempertahankan kualitas dan membangun loyalitas pelanggan. Dengan menerapkan strategi kualitas secara terpadu dan berkesinambungan, usaha kuliner dapat menciptakan produk yang tidak hanya aman dan lezat, tetapi juga memiliki daya saing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Tim PKM mengucapkan banyak terima kasih kepada para pengusaha kuliner di kelurahan Fitu atas dukungan dan partisipasinya dalam pelaksanaan PKM ini. Dukungan dan partisipasi tersebut dalam bentuk menyediakan tempat di kantor Kelurahan Fitu, serta bersedia menjadi peserta PKM yang rela meluangkan waktunya dan setia mengikuti pemaparan materi dari tim PKM sampai selesai. Semoga apa yang diberikan pada materi PKM ini dapat bermanfaat dalam memasarkan produknya.

Terima kasih juga kami ucapkan pada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Khairun dan jajarannya yang telah memberikan ruang dalam pelaksanaan PKM ini. PKM merupakan pengejawantahan dari tri dharma perguruan tinggi yang senantiasa dilaksanakan oleh tenaga pendidik setiap semesternya.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Abdul Rahman Jannang, Zulaiha Husen, Abdul Hadi Sirat, 2025. Sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital pada usaha kuliner di kelurahan bastiong talangame. *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)*. Vol. 3, No. 3, Juni 2025 E-ISSN 2985-3346
- Alisa Yuliana, Oni Yulianti, Ermy Wijaya, Aji Sudarsono, Lydia Gustina Putri, 2024. Penyuluhan Peningkatan Kualitas Pelayanan Prima Pada Toko Baju Tulip Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, Vol. 3 No. 2. page: 177–182. e – ISSN: 2829-6796
- Codex Alimentarius Commission. (2020). *General principles of food hygiene CXC 1-1969*. FAO/WHO
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2016). *Quality management for organizational excellence: Introduction to total quality*. Pearson Education

- Habibah, Nurul Juwita, TB. Nawawi, 2023. Sosialisasi peningkatan kualitas kemasan produk pada pengrajin tahu dan tempe di purwakarta. *Communnity Development Journal*. Vol.4 No. 5 Tahun 2023, Hal. 10126-10128. P-ISSN 2721-5008| E-ISSN 2721-4990
- Hardilawati, W. laura, 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson Education
- Kota Ternata dalam angka, 2024. <https://web-api.bps.go.id/download.php?f=aC7gx0cL8lX>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education
- Nurmala, Tri Sinari, Ema Lilianti, Jusmany, Emilda, Aryo Arifin, Nurkadina Novalia, 2020. Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat, Aksi kepada masyaraka (AKM)t*. Vol 3, No 1
- Sahrupi, S., & Zulqornain, T. A., (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual Pada Pt. Media Purna Engineering Area Pt. Krakatau Steel (Persero) Tbk. *Journal Industrial Manufacturing*, 2(2), 39–49. <https://doi.org/10.31000/im.v2i2.625>
- Stevenson, W. J., & Chuong, S. C. (2014). *Operations management: An Asian perspective*. McGraw-Hill Education
- Sugiharto, Tjandra Wasesa, 2021. PKM sebagai usaha peningkatan kualitas produk dan inovasi manajemen pemasaran bagi kelompok pengrajin krupuk rambak di Desa Klepek Kecamatan Sokosewu Kabupaten Bojonegoro. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*. Vol. 1, No. 3, Desember 2021, Hal. 59-65 e-ISSN: 2809-9311 p-ISSN: 2809-9338
- Tjiptono, Fandy; Gregorius Chandra; Dadi adriana. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi