PEMBERDAYAAN UMKM KULINER DESA BULAK INDRAMAYU MELALUI PELATIHAN KUE DAN PROMOSI DIGITAL ANYFLIP SEBAGAI IMPLEMENTASI SDGS 8 DAN 9

Guspri Devi Artanti, Yeni Yulianti, Alvina Fadila Maulida
Program Studi Pendidikan Tata Boga
Fakultas Teknik
Universitas Negeri Jakarta

Email
guspri@unj.ac.id, yeni.yulianti@unj.ac.id, alvina.fadila@unj.ac.id

Abstract

Empowering culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) requires an integrated approach that combines product innovation with the utilization of digital technology for marketing. This community service program aimed to improve the knowledge and skills of MSME actors in Bulak Village, Jatibarang District, Indramayu Regency, through cake product innovation training based on local food potential and digital promotion assistance using AnyFlip. The program was implemented through several stages, including partner needs identification, material delivery, product demonstrations and hands-on practice, production standardization assistance, digital promotional media development, and evaluation using pretest–posttest assessments and participant satisfaction questionnaires. The program involved 20 participants. The evaluation results indicated an improvement in participants' knowledge after completing the training. Participant satisfaction also demonstrated positive responses regarding the relevance and clarity of the training materials, instructor competence, usefulness of the digital catalogue, understanding of digital promotion, entrepreneurial motivation, and the benefits of the program for business development. A total of 95% of participants reported being highly satisfied with the benefits of the training for improving their businesses, while 75% expressed a strong willingness to apply the knowledge acquired to their business activities. The integration of product innovation training and the utilization of AnyFlip as a digital promotional medium provides a comprehensive empowerment approach covering both production and marketing aspects. This program contributes to strengthening the capacity and competitiveness of culinary MSMEs while supporting the achievement of ***SDG 8 (Decent Work and Economic Growth)*** *and* ***SDG 9 (Industry, Innovation and Infrastructure)****.*

Keywords: *AnyFlip; culinary; digital marketing; product innovation; SDGs, MSMEs.*

Abstrak

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner memerlukan peningkatan kapasitas yang terintegrasi antara inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Bulak, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Indramayu melalui pelatihan inovasi produk kue berbasis potensi pangan lokal dan pendampingan promosi digital menggunakan AnyFlip. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan identifikasi kebutuhan mitra, penyampaian materi, demonstrasi dan praktik pembuatan produk, pendampingan standardisasi produksi,

pelatihan penyusunan media promosi digital, serta evaluasi melalui pretest–posttest dan kuesioner kepuasan peserta. Kegiatan diikuti oleh 20 peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, evaluasi kepuasan menunjukkan respons positif terhadap kesesuaian dan kejelasan materi, kompetensi instruktur, pemanfaatan katalog digital, pemahaman promosi digital, motivasi berwirausaha, serta manfaat pelatihan bagi pengembangan usaha. Sebanyak 95% peserta menyatakan sangat puas terhadap manfaat pelatihan dalam meningkatkan usaha, sedangkan 75% menyatakan sangat bersedia menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan usahanya. Integrasi pelatihan inovasi produk dengan pemanfaatan AnyFlip sebagai media promosi digital memberikan pendekatan pemberdayaan yang mencakup aspek produksi dan pemasaran. Kegiatan ini mendukung penguatan kapasitas dan daya saing UMKM serta berkontribusi terhadap pencapaian **SDG 8 (*Decent Work and Economic Growth*)** dan **SDG 9 (*Industry, Innovation and Infrastructure*).**

Kata Kunci: *AnyFlip*; inovasi produk; pemasaran digital; pemberdayaan UMKM; SDGs

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan pendapatan masyarakat (Sarfiah, Atmaja, and Verawati 2019). Menurut Tambunan (Tambunan 2012), pengembangan UMKM di Indonesia sangat krusial, meskipun pelaku usaha kecil masih kerap berhadapan dengan berbagai hambatan struktural dan keterbatasan sumber daya(Tambunan 2021). Peningkatan kapasitas melalui inovasi produk serta pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci penting dalam memperkuat daya saing usaha (Kandriasari, Yulianti, and Riska 2024). Meski demikian, UMKM skala mikro masih menghadapi tantangan dalam penguasaan media pembelajaran digital dan adopsi teknologi interaktif (Sikumbang, Yulianti, and Riska 2022). Penguasaan literasi digital yang baik mampu mendorong efisiensi serta fleksibilitas pengelolaan usaha di era modern(Yulianti et al. 2023). Kabupaten Indramayu memiliki potensi sumber daya pertanian dan hortikultura unggulan yang prospektif untuk dikembangkan sebagai basis ekonomi lokal(Dinas Kominfo Indramayu 2021)**.** Komoditas mangga, khususnya varietas Gedong Gincu dan Cengkir, mencatatkan angka produksi yang signifikan di wilayah Indramayu(BPS SPHS 2024). Potensi komoditas yang melimpah ini membuka peluang diversifikasi produk olahan bernilai tambah tinggi yang berorientasi pasar (Haerusman, Nulhakiem, and Ernah 2025). Pemetaan pola konsumsi dan pemanfaatan pangan lokal juga menjadi langkah strategis dalam mendukung ketahanan serta kebutuhan pangan daerah (Artanti, Cahyana, and Fadiati 2023).

Hasil observasi pada mitra UMKM di Desa Bulak, Kecamatan Jatibarang, menunjukkan adanya keterbatasan pada aspek hulu dan hilir. Pada aspek hulu, proses produksi belum sepenuhnya didukung oleh standardisasi proses dan panduan kerja yang terstruktur guna menjaga konsistensi mutu produk (Kandriasari et al. 2023). Penguasaan teknik pengolahan pangan yang tepat sangat diperlukan agar produk lokal memiliki kualitas, tekstur, dan masa simpan yang konsisten(Hendrawan, Yulianti, and Hanafi 2022). Selain itu, diversifikasi produk berbasis bahan lokal seperti singkong atau bahan pangan daerah lainnya terbukti dapat meningkatkan keterampilan masyarakat sekaligus menambah pendapatan keluarga (Artanti and Mariani 2022). Pada aspek hilir, keterbatasan promosi disebabkan oleh penggunaan media pemasaran yang masih konvensional dan sederhana. Pelatihan dan pembuatan variasi olahan pangan terbukti efektif dalam menumbuhkan jiwa

wirausaha (*foodpreneurship*) di tingkat masyarakat (Y. , Yulianti et al. 2025). Peningkatan keterampilan diversifikasi pangan berbasis bahan lokal juga berkontribusi pada pemenuhan gizi dan pemberdayaan ekonomi warga (Fadila Maulida et al. 2024).

Pengembangan wirausaha berbasis diversifikasi produk lokal seperti jamur maupun komoditas daerah lainnya mampu memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa (Y. Yulianti, Sachriani, and Setiati 2025). Untuk mengatasi permasalahan hulu dan hilir tersebut, kegiatan pengabdian ini mengintegrasikan pendampingan inovasi produk dan pelatihan media pemasaran digital. Salah satu media interaktif yang dikembangkan adalah *flipbook*digital olahan mangga Indramayu untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan mitra (Cahyana et al. 2025). Langkah ini sejalan dengan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif serta penerapan inovasi berkelanjutan(United Nations 2023).

2. TINJAUAN LITERATUR

Pemberdayaan UMKM perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, produktivitas, kemampuan inovasi, dan penguasaan teknologi agar pelaku usaha mampu menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Garcez, Silva, and Franco 2022). Inovasi menjadi salah satu kemampuan penting bagi UMKM karena memungkinkan pelaku usaha melakukan pengembangan produk, menyesuaikan diri terhadap perubahan kebutuhan konsumen, dan meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada pasar (Baregheh, Rowley, and Sambrook 2021). Bagi usaha kuliner, inovasi dapat diterapkan melalui pengembangan variasi produk, pemanfaatan bahan pangan lokal, perbaikan teknik produksi, maupun peningkatan kualitas penyajian produk (Artanti and Mariani 2022). Inovasi yang disertai dengan kemampuan adaptasi dapat membantu meningkatkan ketahanan UMKM dalam menghadapi perubahan dan ketidakpastian lingkungan usaha (Wenzel, Stanske, and Lieberman 2021).

Peningkatan variasi produk perlu diikuti dengan pengendalian proses produksi agar kualitas produk dapat dipertahankan secara konsisten (Suryani and Utami 2021). Prinsip higiene pangan menekankan pentingnya pengendalian proses sejak bahan baku, pengolahan, penyimpanan, hingga produk diterima oleh konsumen(World Health Organization 2020). Standardisasi melalui prosedur produksi yang terstruktur dapat membantu UMKM menjaga konsistensi bahan, proses, ukuran, rasa, tekstur, tampilan, serta keamanan produk (Hubeis and Kurniawan 2021). Penerapan standar produksi juga menjadi bagian penting dalam peningkatan profesionalitas usaha pangan dan kesiapan produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) 2021)

Transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja dan mengurangi berbagai keterbatasan yang berkaitan dengan skala usaha(Priyono, Moin, and Kunti 2020). Penggunaan teknologi digital dapat mendukung kegiatan administrasi, komunikasi, pemasaran, penjualan, dan interaksi dengan pelanggan(Saura, Ribeiro-Soriano, and Palacios-Marqués 2021). Digital marketing juga semakin dipandang sebagai salah satu faktor strategis dalam membangun inovasi dan keunggulan kompetitif UMKM, terutama ketika kemampuan digital dikombinasikan dengan orientasi pasar dan inovasi(Chaffey and Ellis-Chadwick 2022). Oleh karena itu, pemanfaatan media digital seperti *e-catalog* dapat menjadi alternatif bagi UMKM dalam menyajikan informasi produk secara lebih terstruktur sekaligus memperluas akses konsumen terhadap produk (Cahyana et al. 2025)**.**

3. METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian kepada masyarakat ditujukan untuk ibu PKK di Desa Bulak, Indramayu, Jawa Barat, dengan target peserta sebanyak 20 orang. Sasaran utama adalah yang memiliki usaha mandiri, khususnya pada bidang kuliner dan peserta yang memiliki minat untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang menetapkan peserta sebagai mitra aktif selama proses pelatihan dan pendampingan. Pendampingan dilakukan selama proses praktik untuk memastikan peserta mampu menerapkan keterampilan yang telah diberikan secara mandiri. Pada tahap akhir dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman, keterampilan, dan respons peserta terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui observasi selama kegiatan, penilaian terhadap hasil produk dan media digital yang dibuat, serta pengisian kuesioner kepuasan peserta. Hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui ketercapaian program serta manfaat kegiatan dalam meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran digital UMKM di Desa Bulak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dimulai dengan sesi pembukaan yang mencakup perkenalan antara tim pelaksana, perwakilan pemerintah desa, narasumber, dan seluruh peserta. Setelah kegiatan pembukaan, peserta mengikuti *pre-test* yang bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan kemampuan awal sebelum memperoleh materi pelatihan. Selanjutnya, kegiatan dilaksanakan melalui sesi pelatihan teknis yang mencakup teknik pengambilan gambar produk, penyusunan konten promosi yang menarik, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Peserta juga memperoleh pendampingan dalam membuat dan mempublikasikan konten produk melalui media digital. Untuk mendukung proses pelatihan dan memudahkan peserta dalam menerapkan materi secara mandiri, disediakan buku saku cetak dan berbentuk *link* yang memuat tahapan, petunjuk teknis, serta contoh penerapan materi yang telah diberikan selama kegiatan.



Gambar 1 Pembukaan dan Pemberian Produk Pelatihan Kepada Wakil Desa Bulak



Gambar 2 Pemberian Materi Tentang Strategi Promosi Bidang Usaha



Gambar 3 Buku Saku Strategi Promosi dan Resep Pembuatan Produk (Tampilan Anyflip)

Peserta kemudian diberikan waktu untuk melaksanakan keterampilan praktik yang telah sampaikan oleh narasumber, diberikan pendampingan dan evaluasi berupa umpan balik. Setelahnya peserta diberikan post test untuk mengukur kemampuan setelah pelatihan dan pengisian angket kepuasan terhadap pelaksanaan pelatihan.



Gambar 4 Partisipasi aktif peserta dalam proses pelatihan



Gambar 5 Contoh Hasil dokumen Promosi Produk Kue dari Peserta Pelatihan



Gambar 6 Foto Bersama Peserta Pelatihan

Pre test dan *post test* dilakukan kepada seluruh peserta pelatihan yang berjumlah 20 orang. Berdasarkan hasil *pre test* dan *post test* pada Tabel 1, menunjukan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dari rata-rata *pre test* yaitu 80 menjadi 88 pada nilai *post test*, maka terjadi peningkatan pengetahuan peserta sebesar 8% terkait promosi produk kue.

Tabel 1 Hasil *Pre Test* dan *Post Test*

No	Nama Responden	Nilai	
		Pre	***Post***
1	Nani Mulyani	67	80
2	Suiri	80	87
3	Iin Komalasari	73	93
4	Heliawati	87	93
5	Wastim	67	73
6	Derih	73	80
7	Kuserih	80	87
8	Tina Sutinah	80	87
9	Asia Wati	93	100
10	Tati	80	87
11	Lilis	93	100

No	Nama Responden	Nilai	
		Pre	***Post***
12	Kurian	87	93
13	Ana	80	87
14	Ici Sunarti	87	93
15	Nasriyah	67	73
16	Roheni	93	100
17	Cutin	73	87
18	Tutiek	80	87
19	Juniah	73	80
20	Yati Suryati	80	97
Nilai Rata-rata		80	88

Data hasil perhitungan instrumen pengetahuan sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan promosi produk kue kemudian akan diinterpretasikan dengan menggunakan *gain* standar sebagai berikut.

Tabel 2 Pembagian Skor Gain

Nilai N-Gain	Kategori
G > 0,7	Tinggi
0,3 ≤ g ≤ 0,7	Sedang
G < 0,3	Rendah

Berdasarkan Tabel 2 hasil *gain skor* pada pengetahuan sebelum dan sesudah pelatihan menunjukan nilai *gain* 0,48 berada pada rentangan 0,3 ≤ g ≤ 0,7 artinya peningkatan pengetahuan tentang promosi produk kue sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan dengan kategori sedang.

Pada kegiatan pelatihan ini juga dilakukan *survey* kepuasan peserta pelatihan. Hasil kepuasan peserta pelatihan dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:

1. Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan
   Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan tentang kesesuaian dengan kebutuhan peserta pelatihan, didapatkan bahwa 65% peserta menyarakan sangat puas, 25% puas dan 10% cukup puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 7 berikut ini



Gambar 7 Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan

2. Materi yang disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami

Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan tentang materi yang disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami, didapatkan bahwa 75% peserta merasa sangat puas, 15% peserta merasa puas, dan 10% merasa cukup puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 8 berikut ini.



Gambar 8 Materi yang disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami

3. Instruktur menguasai materi pelatihan dengan baik

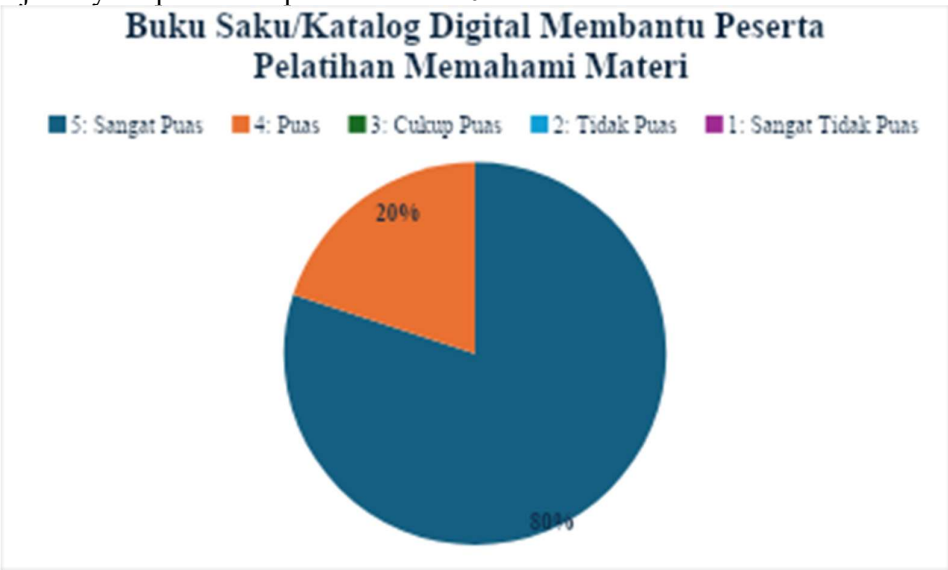
Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan tentang instruktur menguasai materi pelatihan dengan baik, didapatkan bahwa 70% peserta pelatihan merasa sangat puas, dan 30% peserta pelatihan merasa puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 9 berikut ini.



Gambar 9 Instruktur menguasai materi pelatihan dengan baik

4. Buku saku/katalog digital membantu peserta pelatihan memahami materi

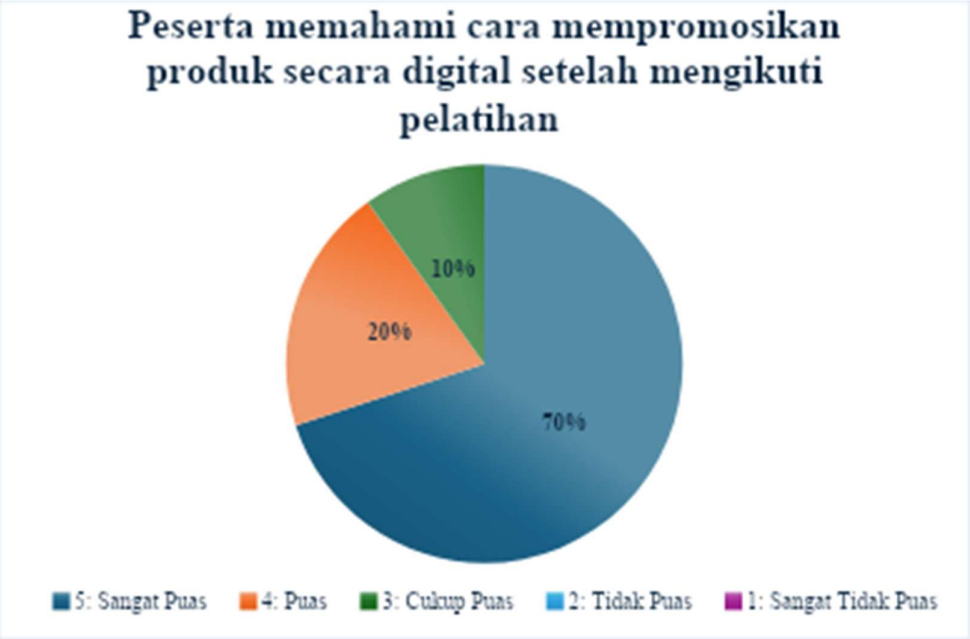
Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan tentang buku saku/katalog digital membantu peserta pelatihan memahami materi, didapatkan bahwa 80% menyatakan sangat puas dan 20% menyatakan puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 10 berikut ini.



Gambar 10 Buku saku/katalog digital membantu peserta pelatihan memahami materi

5. Peserta memahami cara mempromosikan produk secara digital setelah mengikuti pelatihan

Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan tentang cara mempromosikan produk secara digital setelah mengikuti pelatihan, didapatkan bahwa 70% merasa sangat puas, 20% merasa puas dan 10% merasa cukup puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 11 berikut ini.



Gambar 11 Peserta memahami cara mempromosikan produk secara digital setelah mengikuti pelatihan

6. Pelatihan meningkatkan motivasi peserta untuk berwirausaha

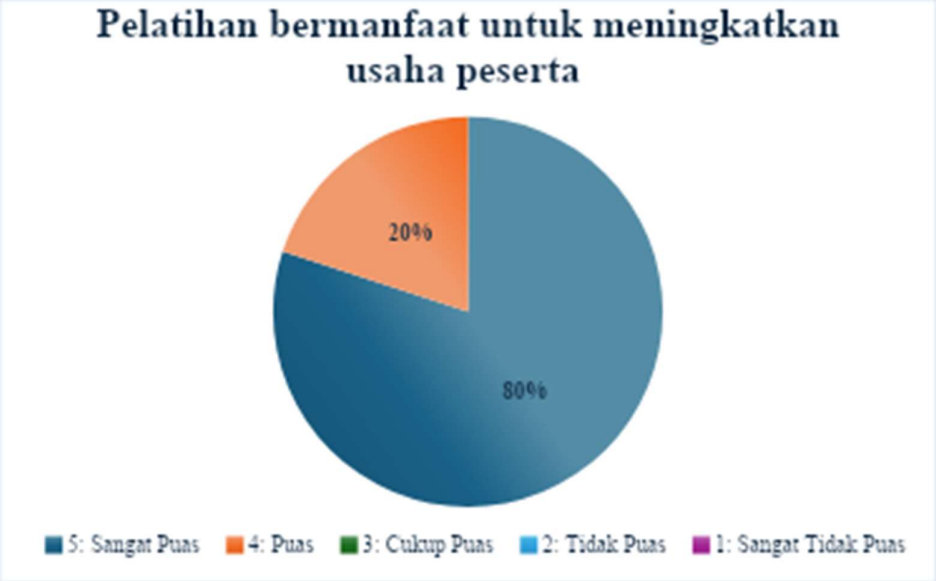
   Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan mengenai meningkatnya motivasi peserta untuk berwirausaha, didapatkan bahwa 70% merasa sangat puas, 25% puas, dan 5% cukup puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 12 berikut ini.



Gambar 12 Pelatihan meningkatkan motivasi peserta untuk berwirausaha

7. Pelatihan bermanfaat untuk meningkatkan usaha peserta

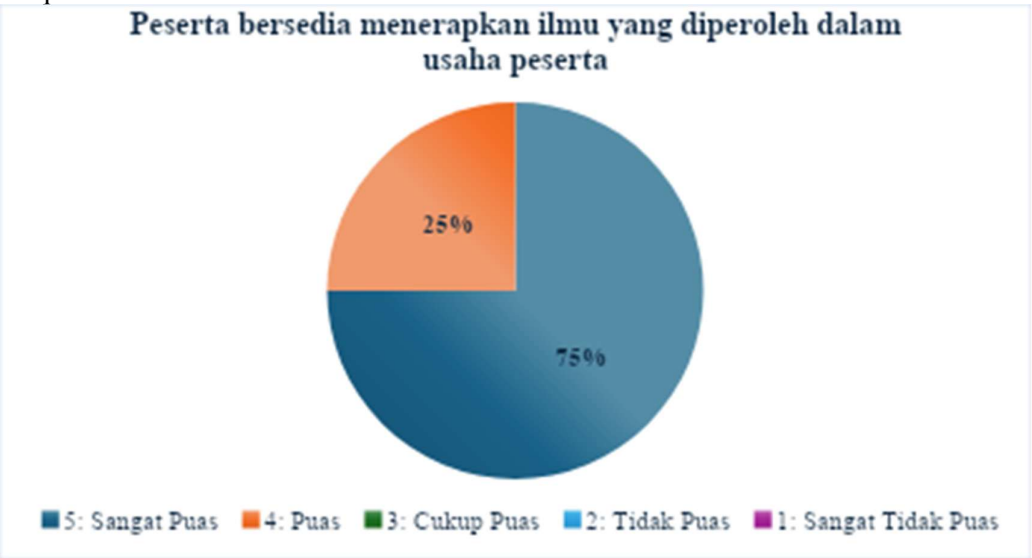
Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan mengenai Pelatihan bermanfaat untuk meningkatkan usaha peserta, didapatkan 80% sangat puas dan 20% puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 13 berikut ini.



Gambar 13 Pelatihan bermanfaat untuk meningkatkan usaha peserta

8. Peserta bersedia menerapkan ilmu yang diperoleh dalam usaha peserta

Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada peserta pelatihan mengenai kesediaan peserta untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dalam usaha peserta, didapatkan 75% sangat puas dan 25% puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 14 berikut ini.



Gambar 14 Peserta bersedia menerapkan ilmu yang diperoleh dalam usaha peserta

Berdasarkan hasil angket evaluasi kegiatan pelatihan, sebanyak 95% menyatakan puas dengan penyelenggaraan pelatihan. Peserta pelatihan memberikan komentar positif terhadap kebermanfaatan kegiatan pelatihan dan wawasan terkait promosi digital produk kuliner yaitu produk kue berbahan mangga. Hal ini mengindikasikan bahwa

pelatihan mampu menjawab kebutuhan peserta pelatihan dalam meningkatkan keterampilan, memperluas wawasan terkait promosi dan membuka peluang usaha.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan inovasi produk kue dan pemasaran digital berbasis AnyFlip bagi ibu PKK di Desa Bulak, Indramayu, telah terlaksana dengan baik. Pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengembangkan produk yang inovatif serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Penggunaan leaflet digital berbasis AnyFlip membantu peserta menyajikan informasi produk secara lebih menarik dan memperluas jangkauan pemasaran. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung peningkatan daya saing usaha dan kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Artanti, G. D. ,., and M. Mariani. 2022. "Pelatihan Inovasi Pembuatan Kue Tradisional Berbahan Dasar Singkong Bagi Ibu Rumah Tangga Sebagai Upaya Meningkatkan Penghasilan Keluarga." *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara* 6(3):826–38.

Artanti, G. D., C. Cahyana, and A. Fadiati. 2023. "Analysis of Food Consumption Patterns as a Step for Mapping Future Food Needs Based on the Potential of Local Food." *Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society* 11(3):1–9.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). 2021. "Pedoman Cara Produksi Pangan Olahan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga (CPPOB-IRT)." *Jakarta: BPOM RI.*

Baregheh, A., J. Rowley, and S. Sambrook. 2021. "Innovation in SMEs: A Review of the Literature." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 27(6):1433–58.

BPS SPHS. 2024. *Produksi Buah Mangga Menurut Kecamatan Di Kabupaten Indramayu (Kuintal) Tahun 2021-2023.* Indramayu.

Cahyana, C., G. D. Artanti, A. Kandriasari, and Y. Yulianti. 2025. "Development of Flipbook Media for Producing Various Processed Products Made from Indramayu Mango to Improve Community Entrepreneurial Skills." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11(9):20–29.

Chaffey, D., and F. Ellis-Chadwick. 2022. "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (8th Ed.)." *Harlow: Pearson Education.*

Dinas Kominfo Indramayu. 2021. *Bupati Nina Agustina Berharap Mangga Indramayu Dapat Menjadi Kekuatan Ekonomi Masyarakat Indramayu.* .

Fadila Maulida, A., Efrina, S. Ramadhan Taruna, and N. Luh Putu Yuliarni. 2024. "Pelatihan Pembuatan Sate Lilit Ikan Bandeng Sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Dan Status Gizi Bagi Masyarakat." *Indonesian Journal of Community Empowerment* 1(5):268–75.

Garcez, A., R. Silva, and M. Franco. 2022. "Digital Transformation Shaping Structural Change in SMEs in the Context of Industry 4.0." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8(1).

Haerusman, A., A. N. ,. Nulhakiem, and Ernah. 2025. "Peningkatan Daya Saing Usahatani Mangga Melalui Pengembangan Produk Turunan Berorientasi Ekspor." *Scientificum Journal* 60–71.

Hendrawan, R. F. ,., Y. Yulianti, and I. H. Hanafi. 2022. "Peningkatan Keterampilan Dalam Pengolahan Variasi Olahan Ikan Dengan Teknik Pengeringan Di Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi." *Sarwahita* 19(3):387–405.

Hubeis, M., and A. Kurniawan. 2021. "Penerapan Good Manufacturing Practices (GMP) Dan Hygiene Sanitasi Pada Industri Pengolahan Pangan Skala UMKM." *Jurnal Mutu Pangan* 8(1):15–23.

Kandriasari, A. ,., Y. Yulianti, R. Febriana, and R. M. Nordin. 2023. "Development of Practicum Learning Models Assisted with Practice Guide Videos." *Jurnal Teknologi Pendidikan* 25(2):246–56.

Kandriasari, A., Y. Yulianti, and N. Riska. 2024. "Multimedia as Digital Literacy in Culinary Arts Vocational Learning." *Jurnal Teknologi Pendidikan* 26(3):897–913.

Priyono, A., A. Moin, and V. N. Kunti. 2020. "Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity." 6(4).

Sarfiah, S. N., H. E. Atmaja, and D. M. Verawati. 2019. "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa." *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* 4(2):137–46.

Saura, J. R., D. Ribeiro-Soriano, and D. Palacios-Marqués. 2021. "Setting B2B Digital Marketing in SMEs: A Framework for Digital Transformation." *Industrial Marketing Management* 162–75.

Sikumbang, S. P., Y. Yulianti, and N. Riska. 2022. "Development of Interactive Multimedia for Room Service Subject." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan* 15(1).

Suryani, E., and R. Utami. 2021. "Pendampingan Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Produksi Untuk Menjaga Konsistensi Mutu Produk UMKM." *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 21(2):89–98.

Tambunan, T. T. H. 2012. "Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting." *Jakarta: LP3ES*.

Tambunan, T. T. H. 2021. "SMEs in Asian Developing Countries." *Palgrave Macmillan*.

United Nations. 2023. "The 17 SDGs Goals." *Https://Sdgs.Un.Org/Goals*.

Wenzel, M., S. Stanske, and M. B. Lieberman. 2021. "Strategic Responses to Crisis." *Strategic Management Journal*.

World Health Organization, &. Food and Agriculture Organization. 2020. "General Principles of Food Hygiene (CXC 1-1969, Revised 2020)." *Codex Alimentarius Commission. Rome: FAO/WHO.*

Yulianti, Y. ,., G. D. Artanti, D. A. K. Putri, and F. Sabrina. 2025. "Pemanfaatan Media Flipchart Variasi Olahan Ikan Bandeng Dan Udang Untuk Menumbuhkan Wirausaha Bidang Boga (Foodpreneur) Pada Remaja. ." *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat,* 8(1):13–20.

Yulianti, Y., A. ,. Kandriasari, G. D. ,. &. Artanti, and V. Dwiyanti. 2023. "Digital Literacy in Learning Media in the Vocational Education of Serving Dishes." 12(3):594–606.

Yulianti, Y., Sachriani, and Y. Setiati. 2025. "Pemberdayaan Masyarakat Desa Jampang, Kabupaten Bogor Melalui Pelatihan Pembuatan Diversifikasi Jamur Crispy Tepung Bumbu Dan Rendang Jamur Tiram." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Fakultas Teknik: Jurnal Abditek* 5(2):24–40.