

SCALE UP USAHA SKALA RUMAH TANGGA BAWANG GORENG DI DUSUN LANGKOB, CIHAURBEUTI, KABUPATEN CIAMIS

Yeni Fitriani Somantri¹⁾, Reny Hidayati²⁾, Depy Muhamad Pauzy³⁾,
Ade Yosi Laelani⁴⁾, Anna Thereshia Aldelwils⁵⁾

^{1,3,4,5)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

²⁾ Fakultas Pertanian, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Yenifitrianisomantri@unper.ac.id.

Abstract

MR Snack is a business unit of the Miftahur Rohmah women's group, established in January 2019 in Langkob Village, Cihaurbeuti, Ciamis Regency. This group processes shallots into fried shallots with various flavors, including original and spicy. These fried shallots are a topping for everyday meals. The main challenges include limited knowledge about producing quality fried shallots, the high price of shallots as the main ingredient, unstructured production cost and selling price determination and calculation, and limited marketing access. The objectives of this activity are to increase production capacity, improve packaging, calculate production costs, and conduct marketing strategies. The implementation method includes outreach, training, hands-on practice, and evaluation through pre- and post-tests using questionnaires for approximately 10-15 participants. The results of the activity show a 50-60% increase in partners' knowledge and skills in production and marketing aspects. This training not only improves technical understanding but also encourages partners to be more consistent in production, efficient, and ready to face the modern market. This activity contributes to strengthening the community's economy, especially for the women's group of the Riyadhoh Miftahur Rohmah Assembly (MR Snack).

Keywords: e-commerce, production cost, digital marketing.

Abstrak

MR Snack merupakan unit usaha kumpulan ibu-ibu majelis riyadloh Miftahur Rohmah yang dibentuk pada bulan Januari 2019, di Desa Langkob, Cihaurbeuti, Kabupaten Ciamis. Kelompok ini melakukan usaha mengolah bawang merah menjadi bawang goreng dengan aneka varian rasa, yaitu original dan pedas. Produk bawang goreng ini menjadi tambahan taburan dalam makanan sehari-hari. Permasalahan utama meliputi keterbatasan pengetahuan tentang produksi bawang goreng yang berkualitas, tingginya harga bawang merah sebagai bahan baku utama, penentuan dan penghitungan biaya produksi serta harga jual yang belum terstruktur, serta terbatasnya akses pemasaran. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas produksi, perbaikan kemasan, penghitungan harga pokok produksi, dan strategi pemasaran. Metode pelaksanaan mencakup sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test menggunakan kuesioner kepada sekitar 10-15 orang peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra sebesar 50–60% pada aspek produksi dan pemasaran. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman teknis, tetapi juga mendorong mitra untuk lebih konsisten dalam produksi, efisien, dan siap menghadapi pasar modern. Kegiatan ini berkontribusi pada penguatan ekonomi masyarakat, terutama bagi kelompok ibu-ibu majelis riyadhoh miftahur rohmah (MR Snack).

Keywords: e-commerce, biaya produksi, pemasaran digital.

PENDAHULUAN

Bawang merah merupakan komoditas unggulan pertanian hortikultura yang memiliki peran penting dalam agribisnis. Bawang merah banyak digunakan sebagai bumbu dapur sehingga permintaannya cukup lumayan tinggi. Bawang merah sebagai salah satu produk hortikultura telah cukup lama dikenal masyarakat luas sebagai bahan makanan. MR Snack merupakan unit usaha kumpulan ibu-ibu majelis riyadloh Miftahur Rohmah yang dibentuk pada bulan Januari 2019, di Desa Langkob, Cihaurbeuti, Kabupaten Ciamis. Kelompok ini melakukan usaha mengolah bawang merah menjadi bawang goreng dengan aneka varian rasa, yaitu original dan pedas. Produk bawang goreng ini menjadi tambahan taburan dalam makanan sehari-hari..

Hasil observasi awal pada pembuatan bawang goreng tersebut ditemukan beberapa permasalahan yang menyebabkan kualitas produk bawang goreng mereka kalah saing dengan yang ada dipasaran, terutama dari sisi promosi penjualan. Permasalahan pertama terlihat pada proses pengolahan bawang gorengnya. Pada dasarnya saat proses produksi cenderung cukup bersih dan rapi baik dari segi bahan baku maupun tempat produksi, akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah tidak adanya alat untuk proses penirisan/pengeringan bawang merah yang sudah digoreng. Hal tersebut mengakibatkan ketika bawang goreng sudah dikemas terjadi pengendapan sisa minyak goreng pada kemasannya. Permasalahan kedua yaitu terkait dengan pemasaran. Penjualan hanya dilakukan di sekitar wilayah tempat produksi saja, itu pun kebanyakan berdasarkan pesanan, sehingga pihak MR Snack agak kesulitan untuk

pemasaran yang jangkauannya lebih luas lagi.

Kegiatan dilakukan dengan cara **memberikan pelatihan dan pendampingan** yang difokuskan pada satu produk olahan bawang merah yaitu bawang goreng. Menyikapi permasalahan tersebut maka **tujuan** pengabdian ini ialah untuk memberikan penguatan kualitas dan pemasaran produk melalui kegiatan sosialisasi mengenai cara pemilihan bahan baku dan pengolahan produk yang berkualitas/sesuai standar, memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran produk dan peningkatan kualitas produk, membuat rancangan iklan dan konten pemasaran produk, memberikan sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan *e-commerce*, serta melakukan pendampingan pengelolaan *e-commerce* dan medsos *MR Snack*. Sehingga hasil akhirnya nanti diharapkan mampu meningkatkan kualitas produksi dan pemasarannya.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan meliputi sosialisasi bahan baku yang berkualitas, pelatihan proses produksi, pelatihan penghitungan biaya produksi dan harga jual, pembuatan bawang goreng yang berkualitas, serta pelatihan pemasaran dengan pembuatan logo merk. Antusiasme tinggi dalam setiap kegiatan, ditandai dengan partisipasi aktif dan kesediaan mitra dalam mencoba penerapan teknologi baru.

MR Snack merupakan unit usaha kumpulan ibu-ibu majelis riyadloh Miftahur Rohmah yang dibentuk pada bulan Januari 2019, di Desa Langkob, Cihaurbeuti, Kabupaten Ciamis. Kelompok ini melakukan usaha mengolah bawang merah menjadi bawang goreng dengan aneka varian rasa, yaitu original dan pedas. Produk bawang goreng ini menjadi tambahan taburan dalam makanan sehari-hari.

Permasalahan utama yang pada MR Snack Miftahur Rohmah yaitu adanya kendala dalam bidang produksi dan pemasaran, yaitu :

2.1 Kondisi Eksisting Bidang Produksi

MR Snack memiliki alat yang memadai untuk menunjang pengolahan bahan baku mulai dari mengupas bawang merah sampai dengan proses pengemasan. Saat ini pengupasan bawang merah masih menggunakan alat sederhana dengan bantuan pisau dan pengirisan bawang merah masih menggunakan alat berupa “sugu”. Hal tersebut mengakibatkan proses produksi menjadi terhambat dikarenakan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menyiapkan bawang merah yang siap untuk di goreng. Selain itu, hasil olahan bawang goreng juga membutuhkan waktu lama untuk proses penirisan sebelum pengemasan, dikarenakan belum tersedia alat penirisan berupa “spiner”. Hal lain juga seperti penghitungan biaya produksi dan harga jual, masih belum tertakar dengan benar, masih dalam bentuk perkiraan/estimasi, sehingga dibutuhkan pelatihan dan pendampingan terkait dengan hal tersebut.

2.2 Kondisi Eksisting Bidang Pemasaran

Pemasaran masih bersifat konvensional dengan mengandalkan jaringan lokal, sehingga jangkauan pasar masih terbatas di sekitar Kabupaten/Kota Tasikmalaya, Ciamis, dan sekitarnya. Hal lainnya dari sisi legalitas usaha, mitra sudah memiliki merk dagang akan tetapi baru terdaftar NIB dan sertifikasi halal, sehingga perlu didampingi untuk proses pendaftaran PIRT. Selain itu, kemasan produk juga belum sesuai standar pasar modern. Hal ini membatasi kesempatan untuk memperluas pemasaran yang lebih luas

maupun platform digital/e-commerce, padahal saat ini peluang pemasaran melalui e-commerce semakin terbuka lebar dengan meningkatnya tren belanja produk pangan secara daring. Sehingga mereka belum bisa memanfaatkan sosial media atau *e-commerce* yang ada sebagai instrumen pemasaran. Strategi pemasaran yang mereka gunakan saat ini hanya dari mulut ke mulut bahkan hanya produksi jika ada pesanan saja. MR Snack dalam mempromosikan *branding* belum dilakukan secara optimal. Produk bawang goreng belum memiliki kemasan yang representatif dalam menunjang promosi produk. Selain itu juga perlu membuat konten pemasaran yang bisa menjual sekaligus mengedukasi konsumen juga belum pernah dilakukan.

Menindaklanjuti temuan permasalahan prioritas pada kelompok MR Snack, beberapa solusi akan ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu :

A. Aspek Kualitas Produksi

Pertama tidak memiliki mesin untuk mengupas bawang merah. Sehingga solusi yang kami tawarkan yaitu dengan menyediakan alat untuk mengupas bawang merah. Alat tersebut berfungsi untuk mempermudah dan mempercepat proses pengupasan kulit bawang merah. Alat ini membantu mengurangi waktu dan tenaga yang dibutuhkan untuk mengupas bawang merah, terutama dalam jumlah besar.

Kedua tidak memiliki alat / mesin pengiris bawang merah. Solusi yang ditawarkan adalah tersedia alat/mesin pengiris bawang merah. Alat pengiris bawang merah berfungsi untuk memudahkan dan mempercepat proses pengirisan bawang merah, terutama untuk usaha bawang goreng yang membutuhkan bawang merah dalam jumlah besar. Alat ini membantu

menghasilkan irisan bawang merah yang tipis dan seragam, sehingga proses penggorengan menjadi lebih efisien dan hasil gorengan lebih renyah.

Ketiga tidak memiliki mesin peniris bawang goreng atau mesin *spinner* dan mesin *mixer bumbu*. Membelikan mesin *spinner* sebagai alat peniris bawang goreng dan mesin *mixer bumbu*. Alat peniris bawang merah, seperti *spinner* peniris minyak, berfungsi untuk mengurangi kadar minyak pada bawang merah yang sudah digoreng. Fungsi utama alat ini adalah untuk membuat bawang goreng menjadi lebih kering, renyah, dan tahan lama, serta mengurangi risiko bawang goreng cepat tengik.

Keempat tidak memiliki mesin *vacuum sealer* atau alat pengemas vakum untuk menghilangkan udara dari kemasan produk sebelum penyegelan. Solusi yang ditawarkan dengan tersedianya *vacuum sealer* atau alat pengemas vakum untuk menghilangkan udara dari kemasan produk sebelum penyegelan. Alat *vacuum sealer* digunakan untuk menyedot udara dari kemasan makanan, termasuk bawang merah goreng, sehingga makanan dapat disimpan lebih lama dengan kualitas yang lebih terjaga. Hal ini penting karena udara mengandung oksigen yang dapat mempercepat proses oksidasi dan kerusakan makanan.

Kelima *quality defect* produk yang kadang tidak konsisten. Dengan permasalahan tersebut, maka tersedia SOP pembuatan dan pengemasan produk dan terbentuknya tim *quality control*

B. Aspek Pemasaran

Pertama, belum optimal mempromosikan *branding*, sehingga melalui kegiatan ini pihak mitra diberikan pelatihan *product branding*, *personal branding*, dan *corporate*

branding. *Kedua*, kemasan produk masih bentuk plastik dan bentuk logo masih sederhana. Bentuk solusi yang kami tawarkan dengan memperbaiki kemasan produk yang lebih menjual (*standing pouch* dan *toples*), serta pembuatan design merk dan logo kemasan produk.

Ketiga, belum memiliki P-IRT, sehingga kami menawarkan solusi untuk pengajuan penerbitan P-IRT untuk kebutuhan penjualan produk. *Keempat*, tidak memiliki konten promosi yang bisa “menjual” sekaligus mengedukasi konsumen, sehingga diberikan pelatihan pembuatan konten promosi verbal dan non-verbal dengan menggunakan konsep *systemic functional linguistics*.

Kelima, strategi pemasaran yang mereka gunakan saat ini hanya dari mulut ke mulut bahkan hanya memproduksi sesuai pesanan, sehingga diberikan pelatihan strategi pemasaran untuk mitra. *Keenam*, pengelola MR Snack belum memiliki medsos dan *e-commerce* untuk pemasaran produk sehingga belum bisa memanfaatkan sosial media yang mereka miliki sebagai instrumen pemasaran, sehingga ditawarkan sebuah solusi dengan dibuatkan medsos MR Snack dan pelatihan pemanfaatan *e-commerce* dan *social media* dalam pemasaran.

METODE

Berkaitan dengan permasalahan prioritas dan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan menggunakan 2 metode kegiatan sebagai berikut:

1. Metode Tahapan Aspek Kualitas Produksi

- a. Mengidentifikasi jenis mesin pengupas bawang merah,

mesin pengiris bawang, mesin peniris atau *spiner* dan *vacuum sealer* serta mesin mixer bumbu yang dibutuhkan.

- b. Mengidentifikasi kesesuaian daya listrik mesin dengan ketersediaan listrik di MR Snack.
- c. Menganalisis kesesuaian anggaran pembelian mesin pengupas, pengiris, *spiner*, dan *vacuum sealer* serta mesin mixer bumbu.
- d. Membelanjakan anggaran dan membuat kode inventaris barang pada MR Snack.
- e. Melaksanakan sosialisasi dan pelatihan penggunaan alat-alat produksi
- f. Melakukan Focus Group Discussion (FGD) dengan pengelola MR Snack untuk Menyusun SOP Pembuatan Produk dan SOP Pengemasan Produk
- g. Melakukan FGD untuk membentuk tim quality control dalam pembuatan dan pengemasan produk.

2. Metode Tahapan Aspek Pemasaran

- a. **Pelatihan Branding.** Pelatihan dilakukan selama 1 pertemuan dengan 2 sesi kegiatan. Pada sesi pertama, tim pengabdian akan menyampaikan gambaran dan pengetahuan mengenai *product branding*, *personal branding*, dan *corporate branding*. Selanjutnya, pada sesi kedua pihak MR Snack akan diberikan simulasi dan latihan *branding*.
- b. **Pelatihan Redesign Logo dan Merek.** Pelatihan ini

akan dilaksanakan selama 1 pertemuan dalam waktu 2 sesi. Pada sesi pertama peserta akan diberikan pengetahuan mengenai merek dan komponen-komponen Merek berdasarkan ketentuan DJKI. Tim pengabdian juga akan memberikan contoh-contoh Merek yang representative jika dilihat dari sudut pandang *systemic functional linguistics*. Peserta akan diberikan latihan membuat logo dan design merek menggunakan *corel draw/canva* di laptop tim pengabdian. Selanjutnya tim akan menyempurnakan design dan meminta masukan kepada mitra untuk bisa diperbaiki

- c. **FGD Pengajuan PIRT.** Tim pengabdian dan tim MR Snack bersama-sama menyipakan dokumen usulan PIRT.
- d. **Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran.** Pelatihan akan dilaksanakan selama 2 pertemuan. Pada pertemuan pertama peserta akan diberikan contoh-contoh konten promosi dan tips membuat konten promosi. Pada pertemuan kedua, tim pengelola akan diberikan latihan membuat script dan video promosi produk. Video yang telah dibuat selanjutnya diberikan *peer feedback* dan dilakukan penyempurnaan rekaman dan editing video.
- e. **Pelatihan Strategi Pemasaran.** Kegiatan ini dilakukan 1 kali pertemuan untuk memberikan edukasi jenis-jenis strategi pemasaran

yang bisa dilakukan, terutama oleh pihak MR Snack

- f. **Pembuatan akun medsos dan Pelatihan pemanfaatan e-commerce dan social media dalam pemasaran.** Pelatihan akan dilakukan selama 2 pertemuan. Pertemuan pertama akan membahas mengenai bagaimana agar website/akun medsos yang telah dibuat mudah dicari oleh konsumen. Pertemuan kedua adanya latihan pemanfaatan e-commerce dan social media untuk pemasaran produk MR Snack

- ✓ Mitra mengetahui dan memahami standar bahan baku bawang merah goreng yang berkualitas
- ✓ Mitra memiliki peralatan yang lebih modern untuk proses produksi skala besar
- ✓ Mitra menyadari pentingnya kebersihan pada saat proses produksi sebagai faktor penting dalam produksi dan pengemasan



Gambar 1. Proses Pengirisan Bawang Merah

- ✓ Mitra menjadi tahu pentingnya quality control saat proses produksi dan pengemasan



Gambar 2. Proses Quality Control dan Pengemasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada ibu-ibu Majelis Riyadhoh Miftahur Rohmah (MR Snack) dilakukan sebanyak lima kali kunjungan dari rencana delapan kali kunjungan. Adapun setiap kunjungan difokuskan pada tahapan sosialisasi, pelatihan, serta penerapan teknologi. Hasil pelaksanaan kegiatan hingga tahap ini menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan pada dua aspek yaitu bidang produksi dan pemasaran.

Pelatihan pertama difokuskan pada sosialisasi pemilihan kualitas bahan baku bawang merah goreng dan diversifikasi produk olahan bawang merah. Materi yang diberikan meliputi pemilihan bahan baku, standar kebersihan proses produksi, serta standar pengemasan produk. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pemaparan melalui presentasi, diskusi, dan praktik langsung melakukan proses produksi bawang merah goreng. **Hasil capaian:**

Kegiatan selanjutnya adalah sosialisasi dan pelatihan menghitung biaya produksi dan harga jual. Selain itu, Tim juga memperkenalkan format pencatatan/pembukuan sederhana berupa buku kas, biaya produksi, dan laba rugi. **Hasil capaian:**

- ✓ Mitra mulai memahami cara menghitung biaya produksi

dan harga jual, serta pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas.

- ✓ Mitra memahami pentingnya pembukuan sebagai dasar evaluasi usaha.
- ✓ Beberapa anggota mitra masih membutuhkan pendampingan lanjutan agar pencatatan lebih konsisten.

Dalam rangka mendukung bidang pemasaran, dilakukan pelatihan pembuatan ulang (re-design) logo dan kemasan, serta penguatan identitas produk (logo halal dan PIRT). Tim pengabdian membantu mendesain ulang logo sederhana sebagai identitas usaha MR Snack dan memperkenalkan konsep branding, kemasan, serta strategi pemasaran digital. **Hasil capaian:**

✓ Telah dihasilkan **logo merk dan kemasan terbaru** untuk produk bawang goreng



Gambar 3. Re-design Logo dan Kemasan

✓ Mitra mulai memahami pentingnya legalitas merk dan kemasan dalam memperluas pasar.

✓ Mitra bersemangat untuk mendaftarkan PIRT ke dinas terkait dan memasarkan produk melalui platform digital yang tersedia.



Gambar 4. P-IRT dan Platform digital MR Snack

Evaluasi sementara menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra:

a. Bidang Produksi: mitra mampu memproduksi bawang goreng dalam jumlah cukup besar dan memahami prinsip pentingnya kebersihan dalam proses produksi, serta sistem penghitungan biaya produksi dan penentuan harga jual sudah mulai diterapkan

b. Bidang Pemasaran: logo merk dan kemasan terbaru sudah dihasilkan dan PIRT sudah diterima, dan platform digital untuk akses pemasaran sudah tersedia

c. Partisipasi mitra dalam setiap kegiatan sangat aktif dan baik, ditunjukkan oleh keterlibatan anggota secara aktif dalam diskusi pelatihan maupun praktik. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman rata-rata 45-50% disajikan dalam Tabel berikut ini :

Tabel 1. Hasil Kuesioner Pelatihan

No	Aspek yang dinilai	Sebelum pelatihan (pre-test)	Setelah pelatihan (post-test)	Peningkatan (%)
I. Kualitas Produk				
a	Penggunaan teknik bawang goreng tradisional atau modern (bawang goreng, bawang goreng, bawang goreng)	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0%
b	Mengikuti dan menggunakan teknik pembuatan bawang goreng (pencucian, pengeringan, dan penggorengan)	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	10 orang benar dan 0 orang salah (100%)	100%
c	Mengikuti dan paham tentang manfaat kesehatan bawang goreng	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0%
d	Penghitungan biaya produksi dan pemasaran harga jual	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	7 orang benar dan 0 orang salah (70%)	70%
II. Pemasaran				
a	Penggunaan teknik kemasan yang menarik dan kreatif	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0%
b	Strategi pemasaran yang efektif (pemasaran platform digital, pemasaran langsung, dan pemasaran lainnya)	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0 orang benar dan 0 orang salah (0%)	0%
Total skor rata-rata		0,00 (0%)	10,00 (100%)	100%

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada ibu-ibu kelompok majelis riyadhoh Miftahur Rohmah (Mr Snack) telah terlaksana dengan baik sesuai dengan agenda kegiatan. Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan meliputi sosialisasi program, pelatihan proses produksi bawang goreng yang higienis, pelatihan *redesign* pembuatan logo dan kemasan, pelatihan penghitungan harga pokok produksi dan harga jual, serta pelatihan pemasaran melalui pemanfaatan platform digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam dua aspek utama:

1. **Produksi:** Mitra mampu membuat bawang goreng dalam skala cukup besar secara efisien dan memahami pengemasan yang berkualitas serta baik.

2. **Pemasaran:** keberhasilan *redesign* kemasan dan logo merk, serta perolehan PIRT dan perkembangan akses pemasaran digital.

Adapun manfaat terdekat saat ini yang terlihat adalah adanya peningkatan pengetahuan, motivasi, dan wawasan mitra dalam mengembangkan usaha, baik dari sisi perbaikan kualitas produksi, maupun akses pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

- a. Terima kasih atas perolehan Hibah DRTPM-KEMDIKTISAINTEK 2025 sehingga kegiatan pengmas ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar

- b. LPPM Universitas Perjuangan dan MR Snack sebagai mitra

DAFTAR PUSTAKA

- Pebriani1 Vf, Setia B, Aziz S. Analysis Of Shallot Marketing Efficiency In Cibeureum Village, Sukamantri District Ciamis Regency. Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH. Mei 2024;11(2): 956-972
- Hakim LN, **Pauzy DM**. Pemanfaatan Marketplace Dan Konsep Multimodality Dalam Pemasaran Produk Kelompok Poklhasar Melati Binangkit. Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei ISSN: 2809 -6045. 2024;4(2):361-369
- Liswana KI, Rahwana KA, **Pauzy DM**. Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Konsumen Kedai Kopi 104 Singaparna). ULIL ALBAB J Ilm Multidisiplin. 2022;1(11).
- Nisawaty S, Arisman A, Rahwana KA. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian(Survei pada pengguna sepeda motor Honda Beat di Kota Tasikmalaya). J Jempper. 2022;1(3).
- Lestari SP, Ruuhwan, **Somantri YF**.Strategi Pemasaran Berbasis IT Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Kelurahan Mulayasari, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya. 2018
- Pratiwi L, **Somantri YF**, Lestari SP. Pemberdayaan Ekonomi Perempuan : Strategi Penentuan harga Pokok Produksi dan Strategi Promosi Pada Industri Rumahan . Martabe: Jurnal

- Pengabdian Kepada Masyarakat.
2021;4(2): 366-371
- Devit R, Sundari RS, **Hidayati R.**
Analisis Marketing Mix
Terhadap Tingkat Penjualan
Kayu Albasia Di Industri
Pengolahan Kayu Sumber Alba
Cikalong. Agrifo: Jurnal
Agribisnis Universitas
Malikussaleh. 2024(2): 23-34
- Rahwana KA, Rahayu I, Barlian B.
Pemanfaatan Digital Marketing
Sebagai Media Pemasaran
Produk Umkm Di Kelurahan
Sukahurip Kecamatan
Tamansari Kota Tasikmalaya. J
Empower Community.
2022;4(1).