

INOVASI OLAHAN JAGUNG UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI RAKYAT DAN MENDUKUNG WISATA KULINER DI DESA PAGELARAN MALANG

**Rina Rifqie Mariana, Aditia Gustiana Gunawan,
Lismi Animatul, Laili Hidayati, Yon Ade Lose**

Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang
aditia.gustiana.ft@um.ac.id

Abstract

The community service program in Pagelaran Village, Malang Regency, aimed to empower local potential through innovative processing of corn into high-value food products. Corn, the village's second-leading commodity after sugarcane, has so far been marketed only in its raw form at relatively low prices, providing limited economic benefits to the community. Responding to requests from the village head and the local MSME committee, a team of four lecturers and three students conducted a training session on July 30, 2025, at the Pagelaran Village Hall. A total of 35 participants took part in the training, including farmers, MSME entrepreneurs, village government staff, and PKK members. In addition to training on the production of a variety of corn products, including corn fish noodles, corn flour, corn bomboloni, and corn fish gyoza, the participants also learned about market packaging design, brand packaging, and social media marketing (Instagram, TikTok) strategies. online marketplaces to expand market reach. The program concluded with the handover of packaging designs for four flagship products and a vacuum sealer to support the packaging process. This initiative had a tangible impact on improving participants' skills and knowledge, particularly among MSME actors. It is expected that processed corn products will become high-value, competitive commodities and serve as a culinary icon that supports the growth of culinary tourism in Pagelaran Village, Malang Regency.

Keywords: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), corn, people's economy, culinary tourism, Pagelaran Village.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Pagelaran, Kabupaten Malang, bertujuan untuk memberdayakan potensi lokal melalui inovasi pengolahan jagung menjadi produk pangan bernilai jual tinggi. Jagung, yang merupakan komoditas unggulan kedua setelah tebu, selama ini hanya dipasarkan dalam bentuk mentah dengan harga relatif rendah, sehingga kurang memberikan keuntungan optimal bagi masyarakat. Atas permintaan kepala desa dan pengurus UMKM setempat, tim pelaksana yang terdiri dari empat dosen dan tiga mahasiswa menyelenggarakan pelatihan pada 30 Juli 2025 di Balai Desa Pagelaran, diikuti oleh 35 peserta yang terdiri dari petani, pelaku UMKM, perangkat desa, serta ibu-ibu PKK. Materi pelatihan meliputi pembuatan berbagai olahan berbasis jagung, seperti tepung jagung, mie ikan jagung, bomboloni jagung, dan gyoza ikan jagung; perancangan desain kemasan dan strategi branding untuk meningkatkan daya tarik produk; serta teknik pemasaran digital melalui media sosial (Instagram, TikTok) dan platform marketplace online guna memperluas pasar. Kegiatan diakhiri dengan penyerahan desain kemasan untuk empat produk unggulan dan satu unit vacuum sealer sebagai dukungan pengemasan. Program ini memberikan dampak nyata dalam peningkatan keterampilan dan pengetahuan peserta, khususnya pelaku UMKM, sehingga diharapkan olahan jagung dapat menjadi produk bernilai tambah, berdaya saing tinggi, dan menjadi ikon kuliner yang mendukung perkembangan wisata kuliner Desa Pagelaran, Kabupaten Malang.

Keywords: Usaha Mikro, Jagung, ekonomi rakyat, wisata kuliner, Desa Pagelaran.

PENDAHULUAN

Pagelaran adalah salah satu desa di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang, dengan luas sekitar 423.850 hektar. Potensi utama Desa Pagelaran adalah tanaman tebu, dengan luas area perkebunan sekitar 144 hektare yang menjadi sumber penghasilan utama sebagian masyarakat. Selain tebu, potensi pertanian yang tidak kalah penting adalah tanaman jagung, yang menempati posisi sebagai komoditas unggulan kedua.

Jagung di Desa Pagelaran umumnya ditanam pada lahan persawahan setelah masa panen padi selesai, memanfaatkan sistem tumpang sari, serta banyak pula yang dibudidayakan di sekitar area perkebunan tebu. Beberapa wilayah bahkan secara khusus menanam varietas jagung manis yang memiliki cita rasa khas dan nilai jual lebih tinggi. Bagi sebagian warga, terutama petani kecil, budidaya jagung manis ini menjadi salah satu mata pencaharian penting yang membantu menunjang perekonomian keluarga. Namun, terdapat kendala yang membatasi pemanfaatan jagung, terutama varietas jagung manis, yaitu minimnya diversifikasi produk dan kurangnya pengembangan nilai tambah. Selama ini, pengolahan jagung di Desa Pagelaran masih terbatas pada beberapa produk pangan sederhana seperti keripik jagung, marning, dodol jagung, dan beberapa olahan tradisional lainnya. Potensi jagung yang besar ini belum sepenuhnya dioptimalkan untuk menghasilkan produk inovatif yang memiliki daya saing tinggi di pasar modern, baik lokal maupun nasional. Dengan adanya inovasi dan pendampingan, jagung Desa Pagelaran berpeluang menjadi komoditas

unggulan yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat identitas kuliner desa. (El Hasanah & Isfianadewi, 2019). Namun pemanfaatannya masih terbatas pada bentuk atau produk tertentu, seperti kudapan basah, atau produk-produk jagung klasik lainnya. Keterbatasan dalam inovasi dan pengembangan produk jagung yang lebih beragam menjadi kendala utama. Hal ini dapat membatasi pasar dan kreativitas dalam memperluas penggunaan jagung dalam produk-produk baru atau variasi pangan yang lebih beragam. Dengan demikian, kendala ini dapat menghambat potensi pemanfaatan jagung secara lebih luas dan inovatif. Gambar di bawah adalah potensi Jagung di Desa Pagelaran Kabupaten Malang.



Gambar 2. Perkebunan jagung, ditengah perkebunan tebu dan jenis jagung yang banyak tumbuh di desa Pagelaran Kabupaten Malang.

Walaupun potensi besar yang dimiliki desa Pagelaran cukup tinggi, karena memiliki komoditas jagung manis yang melimpah hampir sepanjang tahun. Namun, hingga hari ini potensi tersebut tetap belum dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Permasalahan yang dihadapi mitra antara lain: (1) belum adanya pengolahan jagung manis menjadi produk bernilai tambah yang berdaya saing tinggi; (2) rendahnya keterampilan teknis masyarakat, khususnya para petani dan pelaku UMKM, dalam mengolah jagung

menjadi produk kuliner yang inovatif; (3) belum adanya identitas kuliner khas desa yang dapat menjadi daya tarik wisata, selain produk olahan nira tebu yang telah diinisiasi sebelumnya; dan (4) keterbatasan pengetahuan masyarakat dalam aspek branding, kemasan produk, hingga pemasaran digital.

Kondisi yang ada di Desa Pagelaran saat ini, di mana potensi jagung manis belum dimanfaatkan secara optimal sehingga menjadi tantangan sekaligus peluang besar dalam upaya mewujudkan desa pagelaran sebagai destinasi wisata berbasis kuliner lokal yang memiliki khas dan daya Tarik. Tantangan yang dihadapi berupa keterbatasan inovasi produk makanan, keterampilan pengolahan, dan strategi pemasaran yang belum maksimal. Namun di sisi lain, ketersediaan bahan baku jagung yang melimpah serta antusiasme masyarakat menjadi modal awal yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan.

Intervensi yang tepat dan terencana menjadi kunci keberhasilan, salah satunya melalui penyelenggaraan pelatihan keterampilan produksi olahan jagung manis, teknik pengemasan produk yang sesuai standar pasar, serta penerapan strategi pemasaran baik secara konvensional (offline) maupun berbasis digital (online). Pelatihan ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kapasitas individu pelaku usaha dan kelembagaan UMKM di Desa Pagelaran, tetapi juga diharapkan mampu memperkuat peluang usaha kreatif, serta memperluas jejaring pemasaran.

Dalam program ini, produk yang akan didiseminasikan dan diajarkan kepada peserta mencakup empat jenis unggulan, yaitu tepung jagung, mie ikan-jagung, bomboloni jagung, dan

gyoza ikan-jagung. Pemilihan produk tersebut telah melalui proses diskusi dan masukan langsung dari kepala desa serta para pelaku UMKM setempat, dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting seperti nilai keekonomisan, daya tahan produk, potensi inovasi, dan peluang pengembangan usaha jangka panjang. Lebih dari sekadar kegiatan pelatihan teknis, program ini diharapkan menjadi katalisator yang mampu mendorong peningkatan pendapatan masyarakat, memperkuat identitas kuliner Desa Pagelaran sebagai ikon daerah, dan menjadi langkah strategis dalam mendukung transformasi desa menuju destinasi wisata kuliner unggulan yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal secara bijak dan inovatif, Desa Pagelaran berpotensi menjadi contoh sukses pengembangan wisata berbasis kuliner di Kabupaten Malang dan bahkan di tingkat yang lebih luas.

METODE

Sasaran utama pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah warga Desa Pagelaran yang memiliki peran strategis dalam pengembangan potensi lokal, meliputi aparat desa yang berperan dalam pengambilan kebijakan, para petani jagung yang menjadi penghasil utama komoditas tersebut, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kreatif (UMKM) yang mengolah dan memasarkan produk, serta ibu-ibu PKK yang memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi keluarga. Jumlah total peserta yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 35 orang dengan latar belakang yang beragam, sehingga diharapkan mampu memberikan dampak yang luas bagi masyarakat desa secara keseluruhan.

Tim pelaksana kegiatan Abdimas terdiri dari empat orang dosen yang memiliki keahlian di bidang kuliner, pengolahan pangan, manajemen usaha, dan pemasaran digital, dibantu oleh tiga orang mahasiswa yang berperan aktif sebagai asisten lapangan dan dokumentasi. Kegiatan dilakukan di Balai Desa Pagelaran sebagai pusat aktivitas komunitas, sehingga memudahkan peserta untuk hadir dan mengikuti seluruh rangkaian acara, dengan tahapan kegiatan sebagai berikut:

1) Tahap pertama adalah perencanaan: Langkah pertama adalah observasi lapangan dan wawancara untuk memahami masalah dan menemukan solusi terbaik. Ini diikuti oleh pengujian produk, yang dilakukan di Laboratorium Ilmu Pangan Rumah Tangga. Pengujian meliputi: penentuan formulasi bahan dan metode pengolahan hingga diperoleh resep standar. Selanjutnya, menyusun Panduan Manual pengolahan produk jagung; manfaat kesehatan jagung, metode pengolahan yang tidak merusak kualitas jagung yang kaya karbohidrat dan vitamin. Langkah terakhir adalah merancang kemasan yang representatif dengan kemasan primer terbuat dari plastik flexo dan Pouch Fliptop, serta kemasan sekunder dari karton dan plastik biodegradable. Langkah terakhir adalah merancang teknologi pemasaran digital yang dapat segera digunakan oleh pengguna, berkat diskusi dan umpan balik terkait konten dengan pengguna.

2) Tahap pelaksanaan: Diseminasi (Pelatihan) mengenai persiapan 4 produk yang terbuat dari jagung dan bahan pendukung. Memberikan pelatihan dan bantuan mengenai sistem alur kerja dan desain kemasan, diikuti dengan penerapan

pemasaran digital melalui Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, dll.

3) Pada tahap Pembimbingan dan Evaluasi, tim Abdimas memungkinkan peserta untuk berkonsultasi mengenai materi yang diberikan, dan untuk mengevaluasi dengan meninjau lokasi hingga 1 bulan setelah pelaksanaan. Hingga wi. wirausaha berbasis jagung dapat dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan dari tiga tahapan di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) **Tahap Perencanaan** terdiri dari (1) Uji coba produk, (2) menyusun buku saku, (2) Desain packaging. Uji coba produk aneka olahan jagung dilaksanakan di lab. Produksi boga seperti gambar berikut:



Gambar 2. Desain Packaging Produk Makanan Berbasis Jagung

2) Tahap Pelaksanaan

Kegiatan abdimas dilaksanakan di Balai desa Pagelaran Kabupaten Malang yang dimulai dari sambutan kepala desadan ketua pelaksana. Berikutnya dilanjutkan dengan desiminasi pengolahan jagung. Yang terdiri dari 4 macam hidangan berbasis jagung yaitu:

(1) Tepung Jagung

Tepung jagung dibuat menggunakan jagung hibrida yang dipanen pada tahap yang lebih tua atau

kering. (Suryandari, 2023). Sebagian kalangan berpendapat bahwa jagung akan lebih terhindar dari cemaran jika dibiarkan kering dalam kondisi terbalut kelobot jagung, daripada jagung yang telah dipanen, tetapi masih belum kering, disebabkan spora jamur yang tersebar dimana-mana. (Haerida & Kramadibrata, 2002). Setelah melihat umur jagung yang bisa dipanen, selanjutnya jagung hibrida dapat dipotong tanpa bonggolnya dan dibiarkan selama 1 minggu. Jagung hibrida dibanderol dengan harga yang cukup terjangkau, sementara itu, Tepung jagung, sebagai bahan baku, sudah dapat diproses menjadi berbagai olahan yang berbasis jagung. Tentunya, kualitas olahan berbasis jagung dipengaruhi oleh kualitas Tepung Jagung.

Namun tepung jagung yang dimaksud tidak sama dengan tepung maezena yang beredar di pasaran.

Berikut prosedur pembuatan tepung jagung.



Gambar 3. Prosedur Pembuatan Tepung Jagung

(1) Mie Ikan Jagung

Mie merupakan main course yang menggunakan bahan-bahan seperti tepung protein tinggi, telur ayam, garam, dan minyak kelapa. Namun, dalam inovasi pembuatan Mie Jagung ini, penambahan tepung jagung akan mengalami peningkatan kandungan

gizi, vitamin A dan proksimat (Delinda et al., 2024) dan 10% tepung ikan kembung. Penggunaan tepung jagung sebanyak 25% memberikan tampilan mie yang menarik dengan warna kuning yang khas. Sementara penambahan 10% tepung ikan kembung memberikan nilai tambah signifikan pada aspek gizi Mie jagung ini. Adapun Prosedur pembuatan mie ikan jagung adalah sebagai berikut :



Gambar 4. Produksi Mie Jagung

(2) Bomboloni jagung

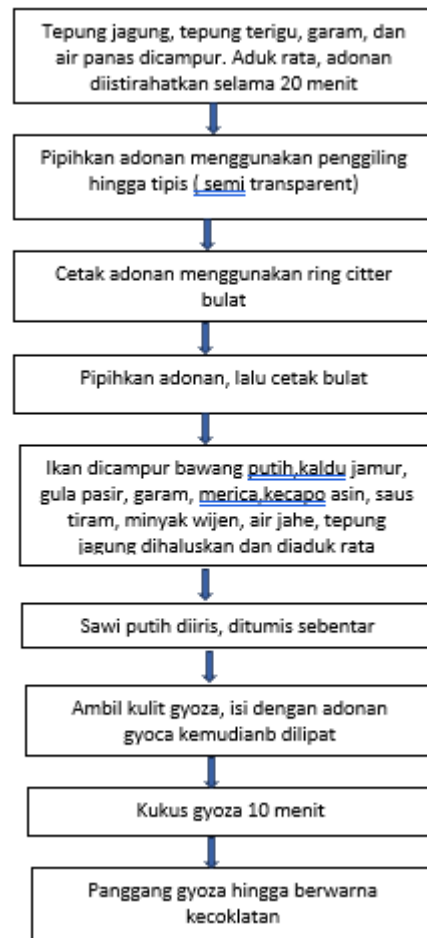
Bomboloni tepung jagung adalah variasi dari makanan manis khas Italia (Salwa, 2023), yang biasanya terbuat dari tepung terigu, tetapi dalam varian ini, tepung jagung digunakan sebagai salah satu bahan utamanya. Bomboloni tepung jagung memiliki cita rasa jagung yang khas dan bisa diisi dengan berbagai selai atau krim, mirip dengan bomboloni konvensional. Makanan ini adalah kombinasi yang menarik antara cita rasa tradisional Italia dan rasa jagung yang berbeda 15 Dalam inovasi pembuatan bomboloni ini, hanya mampu menggunakan 70% tepung terigu protein tinggi dan maksimal 30% tepung jagung. Adapun prosedur pembuatan *Bomboloni* adalah sebagai berikut:



Gambar 5. Produksi Bomboloni Jagung

(3) Gyoza Ikan Jagung (Gyokanja)

Gyoza merupakan makanan khas Jepang (Chaiyadi, 2024) yang termasuk entrée atau hidangan sekali makan. Kulit gyoza pada umumnya berbahan tepung terigu, garam dan air hangat. Dalam inovasi pembuatan gyoza ikan jagung ini, hanya mampu menggunakan maksimal 25% tepung jagung dan 75% tepung terigu. Kulit gyoza yang terbuat dari tepung jagung memiliki rasa yang unik dibandingkan dengan kulit gyoza terbuat dari tepung terigu. Jagung dapat memberikan rasa yang lebih manis dan gurih, yang dapat menambah cita rasa khas gyoza ikan jagung. Selain itu jagung mengandung nutrisi seperti serat dan vitamin sehingga baik untuk kesehatan. Dalam inovasi pembuatan gyoza ikan jagung menggunakan ikan tongkol yang mudah diperoleh dimanapun. Penambahan Ikan selain akan memberikan rasa gurih juga merupakan makanan sehat karena memiliki kandungan protein, vitamin dan mineral yang terdapat pada isian, serta energi dan karbohidrat pada bagian kulitnya (Rahma et al., 2024). Selain itu ikan merupakan sumber protein. Kudapan Gyoza jagung ini hanya prototype pembuatan kulitnya saja, dan bisa dikembangkan untuk isian lainnya



Gambar 6. Proses Produksi Gyoza Ikan Jagung (Gyokanja)

Kegiatan desiminasi/pelatihan dilaksanakan selama 120 menit. Kegiatan berikutnya adalah Pemberian Materi Branding Pakcaging. Empat Produk makanan berbasis jagung ini dikemas sebaik mungkin. Merujuk pada Anasrulloh dan Basiron (2017), kemasan adalah bagian dari branding produk. Oleh karena itu, jika suatu

industri akan mempromosikan sebuah produk, harus ada jaminan bahwa produk makanan memiliki kualitas yang teratribusikan, dapat dipercaya dalam hal rasa, tekstur, warna, dan kemasan yang menarik yang bisa menarik pembeli. Dengan demikian, salah satu solusi untuk menangani masalah ini adalah dengan merancang ulang kemasan dengan cara yang menarik, berharga, dan layak pasar, dan pada gilirannya, meningkatkan nilai produk. Waktu yang dibutuhkan untuk mempresentasikan materi tentang pentingnya branding melalui kemasan adalah 15 menit.

Digital marketing yang dibahas adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Menurut Wardhana (2015), keunggulan digital marketing adalah: 1) kecepatan penyebaran, 2) kemudahan untuk melakukan evaluasi, 3) cakupan lebih luas, 4) murah dan lebih efektif, 5) membangun brand (branding). Jenis digital marketing yang ada adalah: 1) website, 2) search engine marketing, 3) social media marketing, dan 4) online advertising. Untuk tujuan pengabdian ini, ada juga social media marketing yang menggunakan instagram, facebook, dan twitter. Media tersebut pasti bisa meningkatkan branding produk dan ada juga yang gratis dan ada juga yang murah.

Belch & Belch (1998) menjelaskan bahwa seiring dengan perkembangan industri ke arah globalisasi, ada juga inovasi pengembangan yang juga harus ada selain problema pembelanjaan, SDM, produksi dan pemasaran yang ada. Urgensi pemasaran adalah untuk bisa mencapai suatu industri agar bisa memasarkan produk hingga ke luar daerah, bahkan luar negeri. Mempertimbangkan perkembangan internet, pemasaran yang dilakukan

dengan menggunakan website e-commerce sangatlah penting untuk meningkatkan penjualan dan juga mempromosikan produk yang diolah (Hamzah & Nadjib, 2016).

Pemberian materi dan pelatihan marketing digital ini dilaksanakan selama 30 menit. Berikut Foto-foto kegiatan abdimas di Desa Pagelaran.



Gambar 7. Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Pafelaran tanggal 30 Juli 2025

Selain aspek teknis, program ini juga mendorong UMKM untuk memperkuat identitas kuliner lokal melalui pengembangan inovasi produk jagung dan penerapan strategi digital marketing. Pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk promosi dan penjualan memberikan peluang baru dalam memperluas jangkauan pasar, khususnya bagi konsumen urban dan pasar oleh-oleh khas daerah.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat posisi strategis Desa Pagelaran sebagai pusat pengembangan produk olahan berbasis potensi pertanian lokal. Dengan pendekatan yang terintegrasi antara penguatan kapasitas, inovasi produk, dan digitalisasi pemasaran, program ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan ekonomi desa berbasis agroindustri yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (abdimas) yang dilaksanakan di Desa Pagelaran, Kabupaten Malang, telah berjalan secara optimal mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan pelatihan, hingga pendampingan dan evaluasi. Partisipasi aktif dan antusiasme peserta menunjukkan tingginya relevansi program ini terhadap kebutuhan masyarakat, khususnya pelaku UMKM lokal. Hal ini tercermin dari keterlibatan peserta selama kegiatan serta harapan agar pelatihan serupa dapat diselenggarakan kembali dengan variasi komoditas dan produk olahan yang berbeda di masa mendatang. Salah satu dampak positif yang menonjol dari kegiatan ini adalah tumbuhnya minat beberapa anggota UMKM untuk mengembangkan usaha berbasis jagung, mengingat potensi lokal yang melimpah namun selama ini kurang dimanfaatkan secara optimal. Pemanfaatan jagung sebagai bahan baku empat jenis kudapan inovatif, yang telah dilengkapi dengan kemasan menarik, tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk tetapi juga memberikan inspirasi baru bagi peserta dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal dan kreativitas. Dengan demikian, program ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis peserta, tetapi juga berkontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi desa secara berkelanjutan dan peningkatan daya saing masyarakat di tingkat regional maupun nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan khususnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UM yang telah

memberikan pendanaan untuk pelaksanaan Kegiatan PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasrulloh, M., & Basiron, B. (2017). Pelatihan pembuatan kemasan (packaging) untuk meningkatkan pemasaran produk olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 15–19.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (1998). *Introduction to advertising and promotion*.
- Chaiyadi, M. S. (2024). Pelatihan Pembuatan Makanan Yōshoku Sebagai Ide Bisnis UMKM Kepada SML UMKM Centre. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 127–136.
- Delinda, M. V., Parnanto, R., Her, N., & Widowati, D. (2024). Karakteristik Biskuit Bayi Dengan Penambahan Tepung Jagung Manis, Tepung Kacang Merah, Dan Tepung Ikan Gabus. *Indonesian Fisheries Processing Journal/Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 27(4).
- El Hasanah, L. L. N., & Isfianadewi, D. (2019). Diversifikasi pangan olahan jagung manis sebagai upaya pengembangan agroindustri di Desa Soropaten. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1). <https://publikasi.polije.ac.id/j-dinamika/article/view/1045>
- Haerida, I., & Kramadibrata, K. (2002). Identifikasi jamur mikoriza arbuskula pada rizosfer tanaman jagung manis di Jawa. *Floribunda*, 2(1–8). <http://www.ptti.or.id/journal/ind>

- ex.php/Floribunda/article/view/38/20
- Hamzah, D., & Nadjib, M. (2016). Pemanfaatan internet sebagai media promosi pemasaran produk lokal oleh kalangan usaha di Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 30–40.
- Rahma, A. A., Nurlaela, R. S., Meilani, A., Saryono, Z. P., & Pajrin, A. D. (2024). Ikan Sebagai Sumber Protein dan Gizi Berkualitas Tinggi Bagi Kesehatan Tubuh Manusia. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3132–3142.
- Salwa, S. S. (2023). *Perencanaan Bisnis Bomboloni “Enchante” Di Kota Tangerang Selatan* [PhD Thesis, Poltekpar NHI Bandung].
http://repository.poltekpar-nhi.ac.id/2212/6/TA_2020411065_COVER.pdf
- Suryandari, K. C. (2023). *Olahan Jagung*. Bumi Aksara.
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=b0umEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=olahan+jagung&ots=xeOmVIwQsd&sig=cNpwnsLowgt1P2KrwPsRjzDqtrs>
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Keuangan Dan Bisnis IV UPI*.