

Pelatihan Pelayanan Prima dan *Delivery Order* Menggunakan Google Maps di UMKM SWK Convention Hall Surabaya

Dewi Casmiwati^{1*}, Rini Fatmawati², Wildan Taufik Raharja³

Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hang Tuah, Surabaya, Indonesia^{1,3}

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hang Tuah, Surabaya, Indonesia²

*Email Korespondensi: dewi.casmiwati@hangtuah.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 02-12-2024
Disetujui 03-12-2024
Diterbitkan 04-12-2024

Katakunci:

Pelayanan Prima;
Sentra;
Wisata;
Kuliner.

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan optimalisasi order makanan melalui delivery di UMKM yang berada di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya. Kegiatan yang dilakukan mencakup penyuluhan pelayanan prima dan pembuatan serta optimalisasi Google Maps yang dilengkapi dengan foto produk. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, simulasi pelayanan, praktek langsung penggunaan Google Maps, dan teknik pengambilan foto produk yang menarik. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan dalam kualitas pelayanan, manajemen keluhan, dan visibilitas tempat serta produk di Google Maps. Pelaku UMKM menjadi lebih responsif dan ramah terhadap pelanggan, sementara tampilan foto produk yang menarik di Google Maps meningkatkan daya tarik dan kemudahan dalam melakukan order makanan secara online. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil meningkatkan kualitas pelayanan dan visibilitas online yang berujung pada peningkatan penjualan melalui delivery food order di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya. Disarankan untuk melakukan evaluasi dan pelatihan rutin untuk menjaga dan meningkatkan hasil yang telah dicapai.

Casmiwati, D., Fatmawati, R., & Raharja, W. T. . (2024). Pelatihan Pelayanan Prima dan Delivery Order Menggunakan Google Maps di UMKM SWK Convention Hall Surabaya. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 222-230. <https://doi.org/10.62710/yfvsh828>

PENDAHULUAN

Pelayanan prima merupakan salah satu aspek penting yang dapat meningkatkan daya saing dan penjualan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam sektor wisata kuliner (Rahayu, 2020). Sentra wisata kuliner memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan dan pelanggan lokal, sehingga penting bagi pelaku UMKM di sektor ini untuk memberikan pelayanan yang memuaskan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Sofiyanti et al., 2022). Pelayanan prima mencakup berbagai aspek, seperti keramahan, kecepatan layanan, kualitas produk, kebersihan, dan kenyamanan tempat. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain (Milo, 2019). Hal ini dapat meningkatkan penjualan dan mendukung keberlangsungan bisnis UMKM (Ferdiko Oktavio et al., 2023).

Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi, UMKM kuliner perlu beradaptasi dengan tren digitalisasi (Liyanti & Ibnu, 2022). Langkah-langkah yang dapat dilakukan meliputi menyediakan layanan pemesanan online, pembayaran digital, dan promosi melalui media sosial. Kombinasi pelayanan prima dan teknologi ini dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan di sentra wisata kuliner. Teknologi memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan dari luar daerah atau luar negeri yang mencari pengalaman kuliner unik. Layanan pemesanan online memudahkan pelanggan memesan makanan tanpa harus datang langsung, meningkatkan kenyamanan dan efisiensi. Pembayaran digital mempercepat transaksi dan mengurangi risiko uang tunai. Promosi melalui media sosial memperluas jangkauan pemasaran, membangun brand awareness, dan menarik perhatian pelanggan dengan konten menarik seperti foto dan video makanan, ulasan, serta penawaran khusus (Oktaviani, 2017). Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM kuliner dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran, sehingga penjualan meningkat signifikan dan mendukung pertumbuhan bisnis di sentra wisata kuliner (Liyanti & Ibnu, 2022; Milo, 2019).

Sentra Wisata Kuliner Convention Hall di Surabaya memainkan peran penting dalam menarik pengunjung dan mendukung aktivitas bisnis serta pariwisata di kota Surabaya. Dengan lokasi yang strategis dan aksesibilitas yang baik, Convention Hall tersebut menjadi pusat kegiatan seperti konferensi, pameran, dan seminar, dilengkapi dengan fasilitas modern seperti ruang meeting dan ballroom besar. Sementara itu, destinasi kuliner di Surabaya menawarkan beragam masakan khas Jawa Timur yang terkenal, seperti sate kambing, soto, dan rawon, menarik wisatawan yang ingin menikmati kelezatan kuliner lokal. Kontribusi dari Sentra Wisata Kuliner Convention Hall dan destinasi kuliner dalam ekonomi lokal tidak dapat diabaikan, mencerminkan pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata serta perekonomian kota Surabaya secara keseluruhan (Oktaviani, 2017). Popularitasnya menarik minat wisatawan dan warga lokal, namun seiring dengan meningkatnya jumlah pengunjung, muncul keluhan mengenai kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman makanan. Keluhan-keluhan ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa para UMKM atau penjual di lapak tersebut perlu meningkatkan untuk memastikan kepuasan pelanggan yang lebih baik dan meningkatkan daya tarik bagi calon pengunjung melalui platform online seperti Google Maps.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall adalah kurangnya keterampilan dalam memberikan pelayanan prima serta rendahnya kualitas foto produk yang diunggah di Google Maps. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pelayanan dan teknik pengambilan foto produk menjadi hambatan utama dalam memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan dan meningkatkan daya tarik visual tempat serta produk di platform online.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan dua kegiatan utama: penyuluhan pelayanan prima dan pelatihan pembuatan serta optimalisasi Google Maps dengan foto produk. Penyuluhan pelayanan prima bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam berinteraksi dengan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, dan menangani keluhan dengan efektif. Pelatihan pembuatan serta optimalisasi Google Maps bertujuan untuk meningkatkan kualitas foto produk yang diunggah, dengan memastikan foto-foto tersebut menarik dan representatif, sehingga dapat menarik minat calon pengunjung dan memudahkan dalam melakukan order makanan secara online.

Target luaran dari kegiatan ini adalah meningkatnya kualitas pelayanan di UMKM Sentra Wisata Kuliner Convention Hall serta peningkatan visibilitas online melalui foto produk yang menarik di Google Maps. Selain itu, diharapkan juga terjadi peningkatan kepuasan pelanggan, jumlah pengunjung, dan penjualan melalui delivery food order di sentra kuliner ini. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan jumlah pelanggan yang puas, berkurangnya keluhan pelanggan, dan peningkatan jumlah kunjungan serta order makanan yang berasal dari platform online.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya pada bulan Juni 2023 selama dua minggu. Peserta kegiatan ini terdiri dari 20 orang pelaku UMKM yang beroperasi di sentra kuliner tersebut. Latar belakang peserta bervariasi, mulai dari pengusaha makanan kecil hingga pemilik warung makan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan bertanggung jawab atas pengelolaan foto serta konten di Google Maps.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi ceramah, diskusi, simulasi pelayanan, praktek langsung penggunaan Google Maps, dan teknik pengambilan foto produk yang menarik. Materi yang disampaikan mencakup dua aspek utama: pelayanan prima dan teknik pengambilan serta optimalisasi foto produk untuk Google Maps.

1. Penyuluhan Pelayanan Prima

Materi: Penyuluhan ini mencakup konsep dasar pelayanan prima, teknik komunikasi efektif dengan pelanggan, manajemen keluhan, dan penerapan standar pelayanan. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya pelayanan yang baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode: Penyuluhan dilakukan melalui ceramah yang dilengkapi dengan diskusi interaktif dan simulasi pelayanan. Simulasi pelayanan dilakukan dalam bentuk role-play, di mana peserta berperan sebagai pelanggan dan pelaku UMKM, sehingga UMKM dapat memahami situasi nyata dan cara menghadapinya dengan tepat. Tujuan utamanya ialah UMKM bisa memberi pelayanan lebih ramah, sopan dan cepat sehingga pelanggan puas dan kembali membeli makanan di SWK Convention Hall, Surabaya. Disamping itu, Tim Penmas memberikan pemahaman kepada UMKM arti pentingnya kebersihan makanan, stand jualan serta lingkungan termasuk Mushola dan Kamar Mandi sebagai bagian dari jualan mereka.

2. Pelatihan Pembuatan dan Optimalisasi Google Maps dengan Foto Produk

Materi: Materi pelatihan ini mencakup cara membuat dan mengelola profil Google Maps, teknik pengambilan foto produk yang menarik dan representatif, serta cara mengunggah dan mengoptimalkan foto di Google Maps. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas foto produk yang diunggah, sehingga

dapat menarik minat calon pengunjung dan memudahkan pelanggan dalam melakukan order makanan secara online.

Metode: Pelatihan dilakukan melalui presentasi dan praktek langsung. Peserta diajak untuk langsung membuat dan mengelola profil Google Maps, mengambil foto produk di lokasi, mengedit foto dengan aplikasi sederhana, dan mengunggahnya ke Google Maps. Selama praktek, peserta diajarkan cara menentukan sudut pengambilan foto, pencahayaan yang baik, dan penggunaan fitur-fitur pengeditan untuk meningkatkan kualitas foto.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan dan penyuluhan ini menghasilkan beberapa perubahan positif di UMKM Sentra Wisata Kuliner Convention Hall:

1. Peningkatan Kualitas Pelayanan



Gambar 1. Pelatihan Pelayanan Prima

Pelaku UMKM menjadi lebih ramah dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dan penanganan keluhan pelanggan dengan lebih baik. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun citra positif dan kepercayaan terhadap bisnis UMKM. Selain itu, standar pelayanan yang lebih konsisten mulai diterapkan, sehingga pelanggan merasakan pelayanan yang lebih profesional dan memuaskan. Penerapan standar ini mencakup berbagai aspek, mulai dari keramahan staf, kebersihan tempat, hingga kualitas produk yang ditawarkan. Dengan kedua aspek ini, UMKM dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis. Adopsi praktik pelayanan prima dan standar konsisten juga membantu UMKM untuk bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.

2. Optimalisasi Foto Produk di Google Maps



Gambar 2. Goggle Maps Sentra Wisata Kuliner Convention Hall

Penggunaan teknik pengambilan dan pengeditan foto produk yang baik membantu meningkatkan kualitas foto yang diunggah di Google Maps. Foto-foto yang berkualitas tinggi dan menarik tidak hanya meningkatkan visibilitas bisnis UMKM di platform online, tetapi juga memperkuat daya tarik tempat serta produk yang ditawarkan. Foto yang menarik dan representatif mampu menarik minat calon pengunjung, memberikan gambaran jelas tentang apa yang dapat mereka harapkan, dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap bisnis tersebut. Selain itu, foto-foto berkualitas tinggi memudahkan pelanggan dalam melakukan order makanan secara online, karena mereka bisa melihat dengan jelas detail produk yang ditawarkan. Hal ini dapat mendorong peningkatan jumlah kunjungan dan penjualan melalui layanan pemesanan makanan online (delivery food order). Dengan demikian, teknik pengambilan dan pengeditan foto yang baik tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi visual, tetapi juga sebagai strategi efektif untuk meningkatkan engagement dan konversi penjualan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan bisnis UMKM di era digital.

Untuk memperjelas hasil dari pengabdian masyarakat ini, berikut adalah tabel 1 yang menunjukkan perbandingan sebelum dan sesudah pelatihan:

Tabel 1. Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Aspek	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Kualitas Pelayanan	Pelayanan kurang ramah dan kurang responsif	Pelayanan lebih ramah dan responsif
Manajemen Keluhan	Penanganan keluhan lambat	Penanganan keluhan lebih cepat
Kualitas Foto Produk di Google Maps	Foto produk kurang menarik dan representatif	Foto produk lebih menarik dan representatif
Visibilitas Online dan Delivery Food Order	Rendah	Lebih tinggi, peningkatan kunjungan dan order makanan

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa intervensi yang tepat dalam bentuk pelatihan dan penyuluhan dapat memberikan dampak signifikan pada peningkatan kualitas layanan dan visibilitas online UMKM (Kumala et al., 2023). Pelatihan yang diberikan tidak hanya memperbaiki aspek teknis seperti pengambilan dan pengeditan foto, tetapi juga meningkatkan keterampilan interpersonal pelaku UMKM dalam berinteraksi dengan pelanggan (Hasvia et al., 2023). Keterampilan teknis yang lebih baik memungkinkan UMKM untuk menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan profesional, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik bisnis mereka di platform online seperti Google Maps dan media sosial lainnya (Suwarsono, 2023).

Selain itu, peningkatan keterampilan interpersonal sangat penting dalam industri kuliner, di mana kepuasan pelanggan sangat bergantung pada pengalaman layanan (Adiwijaya et al., 2023). Pelatihan ini membantu pelaku UMKM untuk lebih ramah, responsif, dan efisien dalam menangani keluhan serta permintaan pelanggan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi pelanggan. Dengan demikian, kombinasi peningkatan kemampuan teknis dan interpersonal ini tidak hanya memperbaiki citra dan daya tarik visual bisnis, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang lebih baik. Hasilnya, UMKM dapat melihat peningkatan dalam jumlah kunjungan dan penjualan, serta membangun reputasi yang kuat dalam industri kuliner (Milo, 2019b). Pelatihan dan penyuluhan yang komprehensif ini membuktikan bahwa investasi dalam pengembangan keterampilan sumber daya manusia merupakan strategi yang efektif untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM di era digital yang semakin kompetitif.

Peningkatan visibilitas online melalui Google Maps menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang efektif dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan (Agustin et al., 2022). Foto produk yang menarik memainkan peran kunci dalam menarik minat pelanggan potensial. Gambar yang berkualitas tinggi dan representatif dapat memberikan kesan pertama yang positif, membuat pelanggan merasa lebih yakin untuk mengunjungi tempat atau memesan produk secara online. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, memiliki kehadiran online yang kuat menjadi esensial bagi UMKM untuk bersaing dan berkembang. Penggunaan platform seperti Google Maps tidak hanya membantu pelanggan menemukan lokasi bisnis dengan mudah tetapi juga memberi kesempatan bagi UMKM untuk menampilkan ulasan, jam operasional, dan foto produk yang menarik.

Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk terus memanfaatkan teknologi dan alat digital untuk mempromosikan produknya. Selain Google Maps, UMKM dapat memanfaatkan media sosial, situs web, dan aplikasi pemesanan online untuk meningkatkan eksposur dan menjangkau audiens yang lebih luas (Hasvia et al., 2023). Investasi dalam perangkat lunak pengeditan foto dan pelatihan pengambilan gambar dapat memberikan hasil yang signifikan dalam jangka panjang. Penggunaan strategi pemasaran digital yang terintegrasi, yang mencakup konten visual berkualitas tinggi, promosi yang menarik, dan interaksi yang responsif dengan pelanggan, dapat membantu UMKM membangun brand yang kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Nasution et al., 2021). Dalam era digital ini, kemampuan untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi adalah kunci sukses bagi UMKM dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Namun, beberapa tantangan tetap ada, terutama dalam hal keterbatasan waktu pelatihan. Dua minggu mungkin tidak cukup untuk sepenuhnya menginternalisasi dan mengimplementasikan semua teknik yang diajarkan. Banyak pelaku UMKM mungkin memerlukan waktu lebih lama untuk benar-benar memahami dan menerapkan perubahan tersebut dalam praktik sehari-hari. Selain itu, keterbatasan waktu juga dapat membuat pelatihan kurang mendalam, sehingga aspek-aspek penting mungkin tidak sepenuhnya dipahami atau diabaikan. Oleh karena itu, pelatihan lanjutan dan evaluasi rutin sangat disarankan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat terus berkembang dan mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi di masa depan. Pelatihan lanjutan juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengikuti perkembangan terbaru dalam teknologi dan tren pemasaran digital, memastikan mereka tetap kompetitif.

Dengan dukungan berkelanjutan dan komitmen dari semua pihak yang terlibat, UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan visibilitas online usahanya. Dukungan ini bisa datang dalam bentuk penyuluhan berkala, pendampingan bisnis, serta akses ke sumber daya dan teknologi terbaru. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, komunitas bisnis, dan lembaga pendidikan dapat menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Dengan demikian, UMKM dapat lebih mudah mengatasi tantangan yang mereka hadapi dan memanfaatkan peluang baru. Ini pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan, memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis UMKM dalam jangka panjang. Keberhasilan ini tidak hanya akan menguntungkan pelaku UMKM secara individual tetapi juga akan memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal, memperkuat posisi Surabaya sebagai destinasi kuliner unggulan.

KESIMPULAN

Pelatihan yang dilakukan berhasil meningkatkan kualitas pelayanan dan visibilitas online di UMKM Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya. Pelaku UMKM menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan pelayanan, termasuk komunikasi dengan pelanggan, penanganan keluhan, dan profesionalisme. Hal ini tercermin dari ulasan positif di platform online seperti Google Maps. Faktor pendukung utama adalah antusiasme peserta dan dukungan penuh dari pengelola yang menyediakan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan untuk pelatihan. Pengelola juga mendorong pelaku UMKM untuk terus belajar dan berkembang, memberikan motivasi yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan visibilitas online. Namun, keterbatasan waktu pelatihan menjadi hambatan, karena dua minggu mungkin belum cukup untuk mencapai potensi maksimal dari setiap peserta. Beberapa pelaku UMKM membutuhkan waktu lebih lama untuk benar-benar memahami dan

mengimplementasikan teknik-teknik baru yang diajarkan. Keterbatasan waktu juga membatasi kemampuan untuk memberikan pendampingan intensif yang mungkin diperlukan oleh beberapa peserta untuk mengatasi kesulitan spesifik yang dihadapi. Meskipun demikian, pelatihan ini memberikan fondasi yang kuat bagi UMKM untuk terus berkembang. Disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan dan evaluasi rutin guna mencapai hasil optimal dan meningkatkan kualitas pelayanan serta visibilitas online. Dengan dukungan berkelanjutan dan komitmen dari semua pihak yang terlibat, UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan visibilitas online usahanya, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang terlibat yaitu Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hang Tuah serta pengelola Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya dan semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini. Dukungan dan partisipasi UMKM sangat berperan dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, S., Yovita, undefined, Bachtiar, L. E., Silaen, K., & Setyawan, G. C. (2023). Program Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Warung Nasi Hj. Ai. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 1–15. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.140>
- Agustin, D., Rushadiyati, R., Asim, A., Ahmadun, A., & Nurminingsih, N. (2022). Pelatihan Membuat Foto Produk dengan Kamera Smart-Phone Bagi Usaha Mikro Kecil di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*, 6(1), 39–44. <https://doi.org/10.52643/pamas.v6i1.1969>
- Ferdiko Oktavio, Dita Ayu Sri Maharani, Indah Chrystin Diana, & Jasen Lim. (2023). ANALISA PENGARUH PRICE, LOCATION, RESPONSIVENESS DAN ATMOSPHERE TERHADAP REVISIT INTENTION DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 81–94. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.6024>
- Hasvia, T. G., Lady, Lady, De Utami, N. A., Aulia, G., & Jones, J. H. (2023). Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Kegiatan Promosi UMKM Windish. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 598–610. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12466>
- Kumala, D., Was'an, G. H., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Produk Pakan Ternak pada UMKM Tegal Salam Feed, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(1), 61–66. <https://doi.org/10.55182/jpm.v3i1.291>
- Liyanti, N., & Ibnu, A. R. (2022). Pengembangan Pemasaran UMKM Melalui Sosial Media Desa Bendungan Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 179–184. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i2.6329>
- Milo, M. R. (2019). PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT

- PEMBELIAN ULANG TAMAN KULINER KUMKUM. *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 164–174. <https://doi.org/10.22441/INDIKATOR.V3I2.11869>
- Nasution, H. M., Sudiarti, S., & Harahap, I. (2021). Pengaruh Remunerasi, Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1). <https://doi.org/10.30829/ajei.v4i1.4087>
- Oktaviani, N. A. (2017). *FESTIVAL KULINER SEBAGAI ATRAKSI WISATA (Studi Deskriptif tentang Festival Kuliner Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Surabaya)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:192321347>
- Rahayu, D. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 09(01).
- Sofiayanti, A., Ramadhani, D. V., & Ratna, Y. (2022). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan di Keramiku Coffee & Gallery. *BENING*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.33373/BENING.V9I1.3370>