

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM
BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19
(STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)**

SKIRPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering



Oleh:
Zulfa Nurwahidah
1704302

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2021**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM
BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19
(STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)**

Oleh :
Zulfa Nurwahidah
1704302

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia

© Zulfa Nurwahidah 2021
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2021

Hak Cipta dilindungi undang – undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotocopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Zulfa Nurwahidah

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL PASCA
PANDEMIC COVID-19
(Studi Kasus di Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta)

Disetujui dan disahkan oleh :

Dosen Pembimbing 1,



Agus Sudono, SE, MM.
NIP. 19820508.200812.1.002

Dosen Pembimbing 2,



Risya Ladiva Bridha, S.Par, MM.Par.
NIP. 920200819920929201

Mengetahui,
Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par.
NIP. 197003202008122002

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL
PASCA PANDEMIC COVID-19
(Studi Kasus di Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta)**

Zulfa Nurwahidah
1704302

Abstrak

Penjual peuyeum bendul merupakan salah satu yang menjual produk oleh-oleh khas Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta. Produk utamanya adalah peuyeum bendul. Peuyeum bendul ini terbuat dari singkong atau ubi kayu dan dijual di sepanjang jalan nasional Kecamatan Sukatani. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa faktor internal dan eksternal, dalam menganalisis faktor eksternal menggunakan metode perumusan strategi *Porter's Five-Forces Model* yang dapat mempengaruhi penjualan peuyeum bendul, serta untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang perlu diterapkan oleh pelaku usaha peuyeum bendul guna meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara terbuka atau mendalam dengan 20 partisipan (yaitu para penjual peuyeum bendul). Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan analisis matriks SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan pada pengembangan bisnis penjual peuyeum bendul adalah pengembangan produk yaitu melakukan diferensiasi produk berbahan dasar peuyeum bendul, penjualan peuyeum bendul melalui media sosial, dan pengelolaan keuangan bisnis penjual peuyeum bendul.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, *Porter's Five-Forces Model*, Analisis SWOT, Matriks SWOT

**BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY FOR PEUYEUM BENDUL
SELLERS POST THE COVID-19 PANDEMIC
(Case Study in Sukatani District, Purwakarta Regency)**

Zulfa Nurwahidah
1704302

Abstract

Peuyeum Bendul seller is one who sells regional specialties of Sukatani District, Purwakarta Regency. The main product is peuyeum bendul. Peuyeum Bendul is made from cassava and sold along the national road in Sukatani District. This study aims to describe and analyze internal and external factors, in analyzing external factors using the Porter's Five-Forces Model strategy formulation method that can affect sales of Peuyeum Bendul, as well as to find out business development strategies that what sellers need to apply in order to increase sales of their products. This study uses a qualitative approach, where this study was obtained from the results of open or in-depth interviews with 20 participants (namely peuyeum bendul sellers). The data analysis method used SWOT analysis and SWOT matrix analysis. The results of this study indicate that alternative strategies that can be applied to the business development of Peuyeum Bendul sellers are product development, namely to differentiate products made from Peuyeum Bendul, selling Peuyeum Bendul through social media, and managing business finances of Peuyeum Bendul sellers.

Keywords: Business Development Strategy, Porter's Five-Forces Model, SWOT Analysis, SWOT Matrix

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

UCAPAN TERIMA KASIH

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISIi

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBARvi

DAFTAR LAMPIRAN..... vii

BAB I PENDAHULUAN1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Rumusan Masalah.....7

1.3 Tujuan Penelitian8

1.4 Manfaat Penelitian8

1.5 Fokus Penelitian.....8

BAB II KAJIAN TEORI.....10

2.1 Pariwisata.....10

2.2 Wisata Gastronomi11

2.3 Konsep *Salapan Cinyusu / Nona Helix*12

2.4 Paket Wisata Gastronomi.....13

2.5 Peuyeum atau Tape Singkong.....14

2.3.1 Tape Singkong14

2.3.2 Peuyeum Bendul15

2.6 UMKM15

2.4.1	Strategi Pemasaran UMKM.....	16
2.4.2	Potensi Pengembangan UMKM	17
2.5	Manajemen Strategik.....	18
2.5.1	Proses Manajemen Strategik.....	18
2.5.2	Analisis Lingkungan	18
2.5.3	Penetapan Misi dan Tujuan.....	19
	A. Komponen Dalam Misi.....	19
	B. Hubungan Misi dan Tujuan	20
2.5.4	Perumusan Strategik	21
2.5.5	Penerapan (Implementasi) Strategi	22
2.5.6	Evaluasi dan Pengendalian	24
2.6	Pengembangan Usaha	25
2.6.1	Unsur Pengembangan Usaha	25
2.6.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha.....	27
2.7	Analisis Lingkungan Internal.....	28
2.8	Analisis Lingkungan Eksternal.....	29
2.9	Analisis SWOT	31
2.10	Faktor Analisis SWOT	32
2.11	Strategi Dalam Matriks SWOT.....	35
2.12	Penelitian Terdahulu	37
2.13	Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	44
3.1.1	Objek Penelitian.....	44
3.1.2	Subjek Penelitian	44
3.2	Metode Penelitian	44
3.3	Operasionalisasi Variabel	45
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.5	Partisipan dan Tempat Penelitian	48
3.5.1	Partisipan Penelitian	48

3.5.2	Tempat Penelitian	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7	Teknik Analisis Data	49
3.7.1	Analisis Lingkungan Internal.....	50
3.7.2	Analisis Lingkungan Eksternal.....	50
3.7.3	Analisis SWOT	50
3.7.4	Matriks SWOT.....	51
3.8	Strategi Pengembangan Bisnis	52
3.9	Isu Etik.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1	Lokasi Penelitian	58
4.1.2	Sejarah Singkat Peuyeum Bendul.....	59
4.1.3	Peuyeum Bendul.....	60
4.2	Wawancara (<i>Interview</i>) Secara Terbuka.....	63
4.3	Observasi	64
4.4	Analisis Lingkungan Internal.....	64
4.5	Analisis Lingkungan Eksternal.....	67
4.6	Analisis SWOT Strategi Pengembangan Bisnis Penjual Peuyeum Bendul Pasca Pandemi Covid-19	69
4.7	Matriks Analisis SWOT	71
4.8	Strategi Pengembangan Bisnis	75
4.8.1	Diferensiasi Produk Untuk Membuat Ketahanan Produk Lebih Lama	76
4.8.1.1	Resep Bolu Peuyeum Bendul	77
4.8.1.2	Resep Es Krim Peuyeum Bendul.....	78
4.8.2	Pengembangan Kemasan Agar Lebih Menarik dan Memiliki Daya Jual.....	80
4.8.3	Pengembangan Penjualan Dan Pemasaran Melalui <i>E-commerce</i>	81
4.8.4	Pengelolaan Keuangan Bisnis.....	82

4.9 Paket Wisata Gastronomi.....	82
4.10 Pembahasan	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penurunan Penjualan Peuyeum Bendul.....	5
Tabel 2.1 Analisa Matriks SWOT.....	37
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Matriks Analisis SWOT.....	52
Tabel 4.1 Daftar Pedagang Peuyeum Bendul Tahun 2021	55
Tabel 4.2 Daftar Pengrajin Peuyeum Bendul Tahun 2021	57
Tabel 4.3 Daftar Narasumber Penjual Peuyeum Bendul	57
Tabel 4.4 Perbedaan Peuyeum Bendul dan Peuyeum Bandung	61
Tabel 4.5 Matriks SWOT Penjualan Peuyeum Bendul.....	72
Tabel 4.6 Formulasi Resep Bolu Peuyeum Bendul	77
Tabel 4.7 Formulasi Resep Es Krim Peuyeum Bendul.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Gastronomi	12
Gambar 2.2 Komponen dalam Misi	20
Gambar 2.3 Hubungan Misi dan Tujuan.....	21
Gambar 2.4 Proses Manajemen Strategi	25
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Peta Desa Sukatani dan Titik Pusat Oleh-Oleh Peuyeum Bendul....	59
Gambar 4.2 Kios Peuyeum Bendul	62
Gambar 4.3 Peuyeum Bendul	62
Gambar 4.4 Keranjang Bambu atau Kemasan Peuyeum Bendul.....	62
Gambar 4.5 Brosur Paket Wisata Gastronomi	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Mengadakan Penelitian.....	101
Lampiran 2. Lembar Persetujuan (Informed Consent)	104
Lampiran 3. Naskah Wawancara	105
Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....	107
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	163
Lampiran 6. Lembar Bimbingan Skripsi	172

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(3), 223-233. ISSN: 1098-6596.
- Agmasari, S. (2020). 4 Cara Membedakan Tapai Singkong dan Peuyeum. Kompas.com. <https://www.kompas.com/food/read/2020/06/19/131344875/4-cara-membedakan-tapai-singkong-dan-peuyeum?page=all>
- Anggraeni, N., Turgarini, D., & Miftah, R. (2017). Strategi Peningkatan Penjualan Di Suis Butcher Cabang Setiabudi. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(2), 27-36. ISSN: 2774-6186.
- Anjani, A. D., Ningsih, C., Fajri, I., Katering, M. I., Pendidikan, F., & Pengetahuan, I. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, Bbq & Steak Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 4(2), 8-21. ISSN: 2774-6186.
- Arifien, S. R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 3(1), 1-7.
- Asnawi, M. (2013). Karakteristik Tape Ubi Kayu (Manihot Utilissima) Melalui Proses Pematangan dengan Penggunaan Pengontrol Suhu. *Jurnal Bioproses Komoditas Tropis*, 1(2), 56-66. ISSN: 2338-4670.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2015). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: UGM PRESS.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis Data dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS. In *Jakarta: Jakarta: Mitra Wacana Media*.
- Cempaka, L. (2021). Peuyeum: Fermented Cassava from Bandung, West Java, Indonesia. *Journal of Ethnic Foods*, 8(3), 1-7. <https://doi.org/10.1186/s42779-021-00079-3>
- David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep* (15 ed.). Penerjemah Novita Puspasari, Liza Nurbani P. Jakarta: Salemba Empat.

- David, F. R. (2020). *Manajemen Strategi Konsep, Buku 1* (12 ed.). Penerjemah Dono Sunardi. Jakarta: Salemba Empat.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). Pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi Dilema*, 32(1), 34-44. ISSN: 0215-9635.
- Fatimah, F. N. D. (2020). *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Suryani (ed.)). Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, S., & Prasetyo, A. D. (2018). Perancangan Media Komunikasi Visual Peuyeum Bendul Dari Purwakarta. *eProceedings of Art & Design*, 5(1), 267-283. ISSN: 2355-9394.
- Jivalino, S. (2020). *Implementasi Metode Simple Additive Weighting dan MOORA pada Sistem Rekomendasi Pemilihan Paket Wisata*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Junaidi, J. (2017). Kualitas sumberdaya manusia dan sifat kewirausahaan pelaku industri kreatif usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 12(2), 101-112. <https://doi.org/10.22437/paradigma.v12i2.4197>
- Krisnadi, A. R. (2018). Gastronomi Makanan Betawi sebagai Salah Satu Identitas Budaya Daerah. *National Conference of Creative Industry*. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1221>
- Kurniawan, M., & Haryanti, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 97-102. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2017.006.02.6>
- Lapod, J. (2016). Analisis Penentuan Strategi Dalam Lingkungan Bisnis Yang Kompetitif Studi Kasus Pada PT. Pelindo IV (Persero). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 33-48. ISSN: 2338-2953.
- Levyda, L., Giyatmi, G., & Ratnasari, K. (2020). Identifikasi Wisata Kuliner di Pulau Bangka. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 8(1), 71-80.

<https://doi.org/10.35814/tourism.v8i1.1408>

- Mulyani, D. R., Dewi, E. N., & Kurniasih, R. A. (2018). Karakteristik Es Krim Dengan Penambahan Alginat Sebagai Penstabil. *Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan*, 6(3), 36-42. ISSN: 2442-4145.
- Ningsih, C., & Turgarini, D. (2020). Pelestarian dan Pengembangan Kampung Nikmat Cigugurgirang sebagai Destinasi Wisata Warisan Budaya Gastronomi Sunda. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 265–275. <https://doi.org/10.32659/tsj.v5i2.97>
- Nurhasanudin, D. (2019). *Tape Bendul Makanan Khas Purwakarta, Sumber Rezeki Warga Sukatani*. Ayopurwakarta.com. <https://m.ayopurwakarta.com/read/2019/01/22/2084/tape-bendul-makanan-khas-purwakarta-sumber-rezeki-warga-sukatani>
- Nurhayati. (2018). *Teknologi Pangan Lokal Terfermentasi* (B. Marhaenanto (ed.)). Jember: UNEJ Press.
- Perdamaian, P. D. J., Puspita, A., & Frida, N. (2020). Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 2(3), 28-36. ISSN: 2686-1054.
- Pratiwi, R. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Priyono, P. R. I. (2007). *Pengantar Manajemen* (T. Chandra (ed.)). Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Putra, A. F. P., & Ramadhani, F. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Kluster Industri Tomat Krispi Daumato Berdasarkan Analisis SWOT dan BMC. *Journal of Industrial View*, 02(01), 33-42. e-ISSN: 2685-3159.
- Rahmatullah, H. R., Priatini, W., & P, M. K. (2019). Analysis of Procake Cake Shop Business Development Strategy. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1), 1-15. ISSN: 2774-6186.

Zulfa Nurwahidah, 2022

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19 (STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., Alwi, M. H., Simarmata, H. M. P., Manurung, T., & Purba, R. A. (2020). *Pengantar Pariwisata* (J. Simarmata (ed.)). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ryandono, M. N. H. (2018). FinTech Waqaf: Solusi Permodalan Perusahaan Startup Wirausaha Muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 111–121. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39347>
- Saryanti, I. G. A. D., Kusuma, I. G. N. A., Parameswari, K. T., Sidhiantara, I. G. B. P., Sidhiantari, I. G. A. P. I., & Hadi, R. (2021). Pelatihan Media Sosial Pada Usaha Kue Di Daerah Batubulan. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(2), 49–53. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v3i2.249>
- Sasmito, C., Laka, Y. H., & Gunawan, C. I. (2020). *Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pariwisata* (I). Malang: IRDH Book Publisher.
- Sayekti, N., Purnomo, R. A., Cahyono, Y., Hamidah, C., & Winanto, A. R. (2020). Strategi Pengembangan Pengrajin Mebel di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 5(2), 226–236. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31002/rep.v5i2.2804>
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solihat, K. (2021). *Peuyeum Sampeu, Di Zaman Kolonial Sangat Disukai Orang-orang Eropa, Sejarah Jawa Barat*. DeskJabar.com. <https://deskjabar.pikiran-rakyat.com/jabar/pr-1131503075/peuyeum-sampeu-di-zaman-kolonial-sangat-disukai-orang-orang-eropa-sejarah-jawa-barat>
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75–86. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4il.2497>
- Sugiman, F., Novita, P., & Widjaja, D. C. (2013). Pengembangan Bisnis Dilihat

Zulfa Nurwahidah, 2022

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19 (STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- dari Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan pada Homestay Dhanesvara di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 362–375.
- Supiandi, A. (2020). *Peuyeum dan Colenak Bendul Oleh-Oleh Khas Purwakarta Yang Melegenda*. iNewsJabar.id. <https://www.google.co.id/amp/s/jabar.inews.id/amp/berita/peuyeum-dan-colenak-bendul-oleh-oleh-khas-purwakarta-yang-melegenda>
- Supriyanto, S. (2009). Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 6(1), 73–83. <https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.590>
- Suryani, M. A. I., Arifin, Z., & Hatta, H. R. (2017). Pemilihan Paket Wisata Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Informatika Mulawarman*, 12(2), 64–68. <https://doi.org/10.31227/osf.io/kzv83>
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Kripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas: (Studi Kasus UMKM Arabar Shop di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung). *Journal Management, Business, and Accounting*, 19(3), 320–330. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1177>
- Trang, D. S. (2013). Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 208-216. ISSN: 2303-1174.
- Tridayanti, R., & Turgarini, D. (2019). Angleng as Gastronomic Heritage and Destination Attraction in Kampong Nihmat, Cigugur Village, Parongpong District, West Bandung Regency. *3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018)*, 78-81. ISBN: 94625-27326.
- Turgarini, D. (2021). The Salapan Cinyusu (Nona Helix) as a “creativepreneurship” support model for gastronomy tourism in Bandung city. In *Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research* (1st ed.). London: CRC Press/Balkema. <https://doi.org/10.1201/9781003095484>
- Utama, I. G. B. R. (2015). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk

- Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Wulandari, E., Utami, A. R., & Purwanti, T. (2019). Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Wisata Kuliner Dago). *Jurnal Education and Economics*, 2(03), 389-394. ISSN: 2654-9808.
- Zhafirin, G. N., Siswhara, G., & Waluya, B. (2019). Primadeva Utama Catering Makassar's Business Development Strategy. *Gastronomy Tourism Journal*, 6(1), 68-82. ISSN: 2774-6186.