



JPMSI 8 (1), 2026

Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Indonesia

(Indonesian Journal of Science Community Services)

<https://jpfis.unram.ac.id/index.php/jpmsi/index>

Sosialisasi Pembuatan Tape Singkong sebagai Produk bagi UMKM Jurit Buangka Desa Lenek Baru

Muhamad Hirjan^{1*}, Via Widia Wati¹, Ristina Wahyu Astuti¹, Zihab¹, Muhammad Sanusi¹, Izudin Rizaldi¹

¹ Program Studi Perbankan Syariah, STEI HAMZAR, Lombok Timur, Indonesia.

Corresponding Author: Muhamad Hirjan

Email: hmuhamadhirjan368@gmail.com

Article Info:

Received : 30 April 2026
Revised : 20 Mei 2026
Accepted : 29 Mei 2026
Published : 03 Juni 2026

DOI:

<https://doi.org/10.29303/jpmsi.v8i1.1915>

Keyword:

MSMEs; Cassava Tape;
Fermentation; Marketing Strategy;
Online and Offline Marketing.

Abstract:

This community service activity aimed to enhance the creativity and capabilities of the Jurit Buangka MSMEs in Lenek Baru Village in processing cassava into cassava tape as a value-added economic product, while also introducing effective *Online* and *offline* marketing strategies. The method employed in this study was an experimental and hands-on practice approach in producing cassava tape through a fermentation process using tape yeast. The activity was conducted through seminars and practical training involving local community participants. The results demonstrated that the success of cassava tape fermentation was influenced by several factors, including the type of cassava, material cleanliness, fermentation techniques, storage conditions, and fermentation duration. Among several experimental trials, the best results were achieved by using chemical-free cassava, applying proper boiling techniques, and fermenting the cassava for two nights in containers lined with banana leaves. In addition to production training, participants were also introduced to *Online* marketing strategies through social media platforms and *offline* marketing techniques through direct consumer engagement. This activity had a positive impact on improving community knowledge regarding local food processing and the development of MSME marketing strategies. Through product innovation and the implementation of appropriate marketing strategies, cassava tape has the potential to become a superior local product capable of increasing community income and supporting the growth of MSMEs in Lenek Baru Village.

How to Cite: Hirjan, M., Widia Wati, V., Wahyu Astuti, R., Zihab, Sanusi, M., & Rizaldi, I. (2026). Sosialisasi Pembuatan Tape Singkong sebagai Produk bagi UMKM Jurit Buangka Desa Lenek Baru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Indonesia (Indonesian Journal Of Science Community Services)*, 8(1), 44–49. <https://doi.org/10.29303/jpmsi.v8i1.1915>

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan. Strategi pemasaran juga diartikan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan

perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Sekarang ini, persaingan di dunia bisnis semakin ketat tentu saja membuat para pelaku bisnis mencari strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya agar penjualan terus meningkat dan konsisten. Zaman dulu, pelaku usaha hanya mempunyai akses dan ruang lingkup yang terbatas

dalam melakukan kegiatan jual beli, seperti memperkenalkan dan memasarkan produknya menggunakan metode tradisional.

Awalnya yang serba sederhana kini pun sudah menjadi lebih modern. Hal ini dapat dilihat dari proses bisnis yang banyak mengalami perubahan seiring dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan internet. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet tentu saja telah meningkatkan kompetisi bagi pelaku usaha dalam mendekati konsumen.

Banyak cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan ditengah-tengah persaingan yang ada. Setiap pelaku usaha pasti memiliki tujuan tertentu sehingga memerlukan strategi yang baik untuk bisa mencapai tujuan tersebut. Menciptakan strategi di dalam sebuah usaha adalah salah satu alasan untuk mengurangi kegagalan dan untuk memaksimalkan hasil.

Keberhasilan suatu usaha untuk mencapai suatu tujuan itu dipengaruhi oleh kemampuan memasarkan produknya. Karena itu, hal yang perlu diperhatikan untuk menarik konsumen dapat melakukan pembelian adalah bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan memiliki pemahaman yang jelas mengenai target pasarnya. Untuk bisa memahami strategi pemasaran yang benar, pelaku usaha dapat memanfaatkan sumber daya serta usahanya secara efektif untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran merek, atau bahkan mencapai berbagai tujuan (Dr. I Made Darsana dkk, 2023).

Menurut *Cravens dan Piercy* strategi pemasaran adalah sebuah proses pengembangan strategi yang berfokus pada pasar dengan mempertimbangan perubahan dalam lingkungan bisnis dan kebutuhan untuk memberikan nilai yang lebih baik kepada konsumen. Jadi, pada intinya strategi pemasaran ini membahas tentang rencana yang menyeluruh dan menyatu yang dilakukan dalam menetapkan sebuah strategi yang didorong oleh pasar untuk tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan yaitu menyampaikan nilai pelanggan yang lebih unggul. Sebelum terciptanya internet, strategi pemasaran dilakukan secara manual dan terbatas, biasanya disebut dengan pemasaran *offline*. Akan tetapi, saat ini internet sudah semakin berkembang pesat dan banyak sekali pelaku bisnis memanfaatkan kesempatan itu sehingga pola strategi pemasaran menjadi lebih luas. Walaupun demikian, kegiatan pemasaran secara *offline* masih digunakan.

Pemasaran *offline* masih dibutuhkan untuk menjangkau masyarakat yang tidak bisa menggunakan internet atau belum memiliki internet, hal ini biasanya berlaku pada orang tua atau masyarakat sekitar yang lokasinya dekat dengan toko. Dengan demikian, pemasaran *offline* sangat membantu masyarakat sekitar

untuk melakukan jual beli pada produk yang diminati. Pengertian UMKM Adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memiliki kriteria sebagai usaha mikro. Peran penting keberadaan UMKM di Indonesia semakin terasa dalam proses pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Pada awalnya, keberadaan UMKM dianggap sebagai sumber penting dalam penciptaan kesempatan kerja dan motor penggerak utama pembangunan ekonomi daerah di pedesaan.

Namun, pada era globalisasi saat ini dan mendatang, peran keberadaan UMKM semakin penting yakni sebagai salah satu sumber devisa ekspor non-migas Indonesia, (Tambunan, 2002). Peran UMKM juga telah teraktualisasi pada masa krisis hingga saat ini. Selama masa krisis ekonomi hingga kini, keberadaan UMKM mampu sebagai faktor penggerak utama ekonomi Indonesia. Terutama ketika krisis kegiatan investasi dan pengeluaran pemerintah sangat terbatas, maka pada saat itu peran UMKM sebagai bentuk ekonomi rakyat sangat besar. Selanjutnya, dari sisi sumbangannya terhadap PDRB hanya 56,7% dan ekspor non migas hanya sebesar 15%. Namun, UMKM tetap masih menyumbangkan 99% dalam jumlah pelaku usaha yang ada di Indonesia, serta mempunyai andil 99,6% dalam penyerapan tenaga kerja (BPS, 2001).

Tape singkong adalah makanan tradisional hasil fermentasi singkong (*Manihot esculenta*) menggunakan ragi (*Saccharomyces cerevisiae*, *Amylomyces rouxii*, dan lain-lain). Fermentasi ini mengubah karbohidrat menjadi gula sederhana dan alkohol, sehingga tape memiliki rasa manis dan aroma khas.

METODE

UMKM kegiatan meningkatkan nilai guna singkong melalui pembuatan tape singkong menggunakan metode fermentasi dilaksanakan dengan praktek langsung pembuatan tape singkong untuk meningkatkan masa simpan dan kualitas tape. Kegiatan UMKM ini mengaplikasikan metode bioteknologi kimia organik pengolahan bahan makan berkarbohidrat menggunakan pendekatan fermentasi dengan mikroba terpadu yang terdapat di dalam ragi tape, yaitu kapang amilolitik, khamir amilolitik, khamir non amilolitik, bakteri asam laktat dan bakteri amilolitik (widowati et al.,2025). Ragi adalah zat yang dapat menyebabkan fermentasi. Ragi mengandung media biakan dan mikroorganisme yang melakukan fermentasi. Ragi umumnya digunakan dalam industri makanan untuk membuat makanan dan minuman hasil fermentasi seperti acar, tempe, tape, roti, dan bir.

Eksperimen menurut Kerlinger (1986: 315) adalah sebagai suatu penelitian ilmiah dimana peneliti memanipulasi dan mengontrol satu atau lebih variabel bebas dan melakukan pengamatan terhadap variabel-

variabel terikat untuk menemukan variasi yang muncul bersamaan dengan manipulasi terhadap variabel bebas tersebut. Arboleda (1981: 27) mendefinisikan eksperimen sebagai suatu penelitian yang dengan sengaja peneliti melakukan manipulasi terhadap satu atau lebih variabel dengan suatu cara tertentu sehingga berpengaruh pada satu atau lebih variabel lain yang diukur. Lebih lanjut dijelaskan, variabel yang dimanipulasi disebut variabel bebas dan variabel yang akan dilihat pengaruhnya disebut variabel terikat.

Sementara itu Isaac dan Michael (1977: 24) menerangkan bahwa penelitian Eksperimen bertujuan untuk meneliti kemungkinan sebab akibat dengan mengenakan satu atau lebih kondisi perlakuan pada satu atau lebih kelompok eksperimen dan membandingkan hasilnya dengan satu atau lebih kelompok kontrol yang tidak diberi perlakuan. Pengertian yang hampir sama dengan itu diberikan oleh Rakhmat (1985: 44) bahwa metode eksperimen bertujuan untuk meneliti hubungan sebab akibat dengan memanipulasikan satu atau lebih variabel pada satu atau lebih kelompok eksperimen dan membandingkan hasilnya dengan kelompok kontrol yang tidak mengalami manipulasi. Sedangkan Robert Plutchik (1988: 213) mengemukakan definisi eksperimen secara lebih singkat, adalah merupakan cara mengatur kondisi suatu eksperimen untuk mengidentifikasi variabel-variabel dan menentukan sebab akibat suatu kejadian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan seminar UMKM dilaksanakan pada hari senin 08 september 2025 di kantor desa Lenek Baru, kegiatan di mulai dari persiapan seminar dan pengecekan kelengkapan alat dan bahan seminar. persiapan seminar dan praktek pembuatan tape singkong menggunakan metode fermentasi.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreatifitas warga lenek baru dalam mengolah singkong. Dalam kegiatan pelaksanaan seminar UMKM diisi dengan sambutan-sambutan dari kepala desa Desa Lenek Baru dan ketua KKN-B STKIP DAN STEI HAMZAR, kegiatan dilanjutkan dari memberi materi dan praktik pembuatan tape singkong dan kegiatan terakhir yaitu foto bersama dengan semua peserta seminar.

Dari hasil eksperimen yang kami lakukan ada beberapa percobaan yang gagal. Pertama dikarenakan Ketika menutup tape singkong menggunakan daun pisang, tetapi kami tidak menutup semua tape singkong hanya bagian bawahnya saja, alhasil tape singkong yang kami dapatkan diperchaan pertama sangat mudah lembek. Eksperimen selanjutnya gagal juga karena kami menutup semua tape singkong menggunakan cup plastic tanpa ada sedikit celah. Eksperimen yang ketiga

kami mendingkan tape singkong 1 malam sehingga tape singkong yang kami dapatkan menjadi keras. Selama 30 sampai 70 jam, tergantung pada jumlah mikro organisme, suhu, pH dan konsentrasi gula substrat. Tolak ukur keberhasilan fermentasi ialah terbentuknya alkohol setelah 12 jam inkubasi (Hasanah, 2008).

Pada percobaan yang keempat atau yang terakhir kalinya eksperimen kami ini berhasil dengan mencari singkong yang tidak mengandung bahan kimia, kemudian bersihkan sampai sebersih-bersihnya dan lanjut keperebusan sampai 15 menit, setelah itu diamkan sampai dingin dan siapkan wadah seperti (*kemosak*) serta daun pisang sebagai alas untuk menampung singkong yang sudah diberikan ragi kemudian susun dengan rapi dan tutup daun singkongnya menggunakan lidi (pincuk).

Karbohidrat secara anaerob yang menghasilkan produk fermentasi yang stabil seperti etil alkohol (etanol), asam laktat, gliserol dan lain-lain (Wulandari, 2008). Keberhasilan pembuatan tapai dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya jenis ragi, lama fermentasi dan kondisi fermentasi.

Ragi tape mengandung beberapa jenis mikro organisme diantaranya *Saccharomyces cerevisiae*, *Rhizopus oryzae*, *Aspergillus* dan *Acetobacter*. Namun karena pembuatan ragi belum menggunakan teknik aseptis dan hanya dibuat secara manual maka tidak semua ragi dipasaran mengandung jenis dan komposisi mikroorganisme yang sama. Hal inilah yang menyebabkan ragi yang berbeda dapat menghasilkan kualitas tape yang juga berbeda. Jenis dan komposisi mikro organisme yang terkandung dalam ragi juga mempengaruhi laju fermentasi, sehingga waktu fermentasi yang dibutuhkan untuk ragi yang berbeda dapat berbeda juga.

Langkah-Langkah Pembuatan Tape Singkong

1. Kupas singkong lalu potong-potong menjadi beberapa bagian
2. Cuci bersih lalu rebus selama kurang lebih 15 menit dengan api besar
3. Kemudian angkat dan tiriskan singkong yang sudah matang dan dinginkan di ruang terbuka selama 1 jam
4. Giling ragi dan gula hingga benar-benar halus kemudian di ayak supaya tidak ada yang menggrendil
5. Siapkan ragi dan singkong yang sudah ingin, serta siapkan wadah untuk tempat singkong
6. Lalu taburkan ragi yang sudah di ayak kesingkong
7. Setelah semuanya tercampur selanjutnya siapkan tempat fermentasinya
8. Masukkan singkong ketempat fermentasinya yaitu wadah yang di lapiasi daun pisang

- Langkah terakhir yaitu biarkan singkong selama 2 malam agar proses fermentasi sempurna dan jadilah tape singkong

Teknik Marketing Pemasaran

Teknik pemasaran Online adalah strategi dan taktik yang menggunakan internet untuk media promosi produk, layanan, atau merek kepada calon pelanggan. Tujuannya Adalah untuk menjangkau pembeli/*customer* yang lebih luas secara efisien, meningkatkan interaksi, mendorong penjualan, dan memahami perilaku konsumen melalui platform digital.

Teknik-teknik pemasaran *Online* yang populer meliputi:

- Pemasaran Media Sosial (*Social Media Marketing*): Menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk dan membangun interaksi dengan pengikut.
- Pemasaran Konten (*Content Marketing*): Membuat dan mendistribusikan konten berkualitas tinggi seperti gambar atau video untuk menarik perhatian *customer*
- Pemasaran Afiliasi dan (*Influencer Marketing*): Bekerjasama dengan influencer atau afiliasi untuk memengaruhi Tindakan konsumen melalui pengikutnya. Kotler dan Keller (2016), pemasaran *Online* adalah strategi bisnis yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau, mempengaruhi, dan melayani konsumen melalui berbagai internet.

Teknik pemasaran offline Adalah metode promosi yang tidak bergantung pada internet. Tujuan Teknik pemasaran *offline* adalah meningkatkan koneksi antar penjual dan pembeli, memperluas jangkauan pasar ke *customer* yang lebih luas dan spesifik, serta meningkatkan penjualan secara langsung melalui pengalaman tatap muka. Pemasaran *offline* juga bertujuan untuk melengkapi upaya pemasaran *Online*.

- Interaksi langsung atau sering di kenal dalam bahasa modern yaitu "Door-to-door" yang memungkinkan calon pembeli dapat melihat, menyentuh dan merasakan produk yang kita buat sehingga hal ini dapat meningkatkan rasa percaya pada diri seorang pembeli.
- Melalui pasar tradisional/pedagang kaki lima, kita bisa menjadi *supplier* (pemasok) bagi mereka dengan memberikan jaminan makanan/barang yang berkualitas dan menawarkan harga yang lebih murah merupakan cara awal yang mudah bagi seorang pengusaha untuk memulai bisnisnya. (FandyTjiptono,2015) menjabarkan pemasaran *offline* adalah segala aktivitas pemasaran yang dilaksanakan melalui saluran atau media

tradisional tanpa memakai teknologi digital atau internet.



Gambar 1. Pengabdian



Gambar 2. Hasil Produk Pembuatan Tape

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi dan praktik pembuatan tape singkong pada UMKM Jurit Buangka Desa Lenek Baru, dapat disimpulkan bahwa pengolahan singkong melalui proses fermentasi mampu meningkatkan nilai guna dan nilai ekonomis bahan pangan lokal. Keberhasilan pembuatan tape singkong dipengaruhi oleh kualitas bahan baku, kebersihan proses pengolahan, jenis ragi, teknik fermentasi, serta lama penyimpanan. Percobaan yang dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan singkong tanpa bahan kimia dan fermentasi yang tepat menghasilkan tape singkong dengan kualitas yang lebih baik.

Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya strategi pemasaran dalam pengembangan usaha UMKM. Pemasaran *Online* melalui media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan promosi produk, sedangkan pemasaran *offline* tetap efektif dalam membangun hubungan langsung dengan konsumen lokal. Kombinasi kedua strategi tersebut mampu mendukung peningkatan penjualan dan daya saing produk UMKM.

Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, masyarakat Desa Lenek Baru memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengembangkan produk olahan singkong yang inovatif dan bernilai jual. Oleh

karena itu, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan UMKM lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi daerah.

SARAN

Saran-saran untuk untuk penelitian lebih lanjut untuk menutup kekurangan penelitian. Tidak memuat saran-saran diluar untuk penelitian lanjut.

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi dan praktik pembuatan tape singkong pada UMKM Jurit Buangka Desa Lenek Baru, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pengembangan ke depan. Pertama, masyarakat dan pelaku UMKM diharapkan terus meningkatkan keterampilan dalam proses pengolahan tape singkong, khususnya dalam menjaga kebersihan, kualitas bahan baku, serta teknik fermentasi agar menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan memiliki daya saing tinggi.

Kedua, pelaku UMKM perlu melakukan inovasi produk dan pengemasan agar tape singkong memiliki nilai jual yang lebih menarik serta mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Inovasi dapat dilakukan melalui variasi rasa, bentuk penyajian, maupun desain kemasan yang modern dan higienis.

Ketiga, strategi pemasaran *Online* perlu lebih dimaksimalkan melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya untuk memperluas promosi produk. Selain itu, pemasaran *offline* juga tetap perlu dipertahankan melalui kerja sama dengan pedagang lokal, pasar tradisional, dan kegiatan promosi langsung kepada masyarakat.

Keempat, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa, lembaga pendidikan, maupun instansi terkait dalam bentuk pelatihan, pendampingan usaha, serta bantuan peralatan produksi guna meningkatkan kualitas dan produktivitas UMKM. Dengan adanya dukungan tersebut, diharapkan UMKM di Desa Lenek Baru dapat berkembang lebih optimal dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan perekonomian masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga artikel jurnal ini dapat diselesaikan dan diterbitkan dengan baik. Dalam proses penyusunan hingga penerbitan artikel ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim editor dan reviewer jurnal yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, kritik, dan saran yang sangat membangun demi penyempurnaan artikel ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman dosen dan

para akademisi yang telah memberikan arahan, motivasi, serta ilmu yang bermanfaat selama proses penelitian dan penulisan berlangsung.

Selain itu, penulis juga mengapresiasi dukungan dari keluarga, sahabat, dan rekan-rekan yang senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik. Tidak lupa, penulis menyampaikan penghargaan kepada institusi atau lembaga yang telah memberikan fasilitas, kesempatan, dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.

Penulis berharap artikel jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menambah wawasan keilmuan, serta menjadi salah satu kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang yang diteliti. Semoga segala bantuan dan kebaikan dari semua pihak mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

REFERENSI

- Anderson, J. A. (1987). *Communications Research: Issues and Methods*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Anggraini, T. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau dari Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Arboleda, C. R. (1981). *Communications Research*. Manila: CFA.
- Campbell, D. T., & Stanley, J. C. (1963). *Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research*. Chicago: Rand McNally Publishing Company.
- Eka Nur Laili Saputri, A. D. (2023). Efektivitas sistem pemasaran *offline* dan *Online* terhadap hasil penjualan (Studi kasus: Unit Mikro Kecil dan Menengah Ganesa Desa Claket). *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 32-42.
- Fahmi, N., & Nurrahman. (2011). Kadar glukosa, alkohol dan citarasa tape onggok berdasarkan lama fermentasi. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 2(3), 25-42.
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis komparasi strategi pemasaran dalam transaksi jual beli *Online* dan *offline* pada hijab (Studi kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16-26.
- Iskandar, I. (2021). *Strategi Pemasaran*.
- Muhidin, N. H., Juli, N., & Aryantha, I. N. P. (2001). Peningkatan kandungan protein kulit umbi ubi kayu melalui proses fermentasi. *JMS*, 6(1).
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi pemasaran *Online* dan *offline*. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 1(1).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*.
- Widayati, K. D. (2018). Implementasi SWOT strategi pemasaran *Online* dan *offline* pada PT Roti

Nusantara Prima cabang Jatiasih, Bekasi. Widy
Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2(2),
209-216.

Widowati, S., Misgiyarta, Setyawan, N., Herawati, H.,
Widaningrum, Suhirman, S., Noerwijati, K.,
Budiono, R., Astuti, S. D., Tjahjohutomo, R.,
Unadi, A., & Budiharti, U. (2025).
Physicochemical and functional properties of
cassava flour produced by controlled
fermentation using mixed culture from various
bacteria and yeast. *Journal of Agriculture and
Food Research*, 19, 101684.

Yulianti, C. H. (2014). Uji beda kadar alkohol pada tape
beras, ketan hitam dan singkong. *Jurnal
Teknika*, 6(1), 531-536.