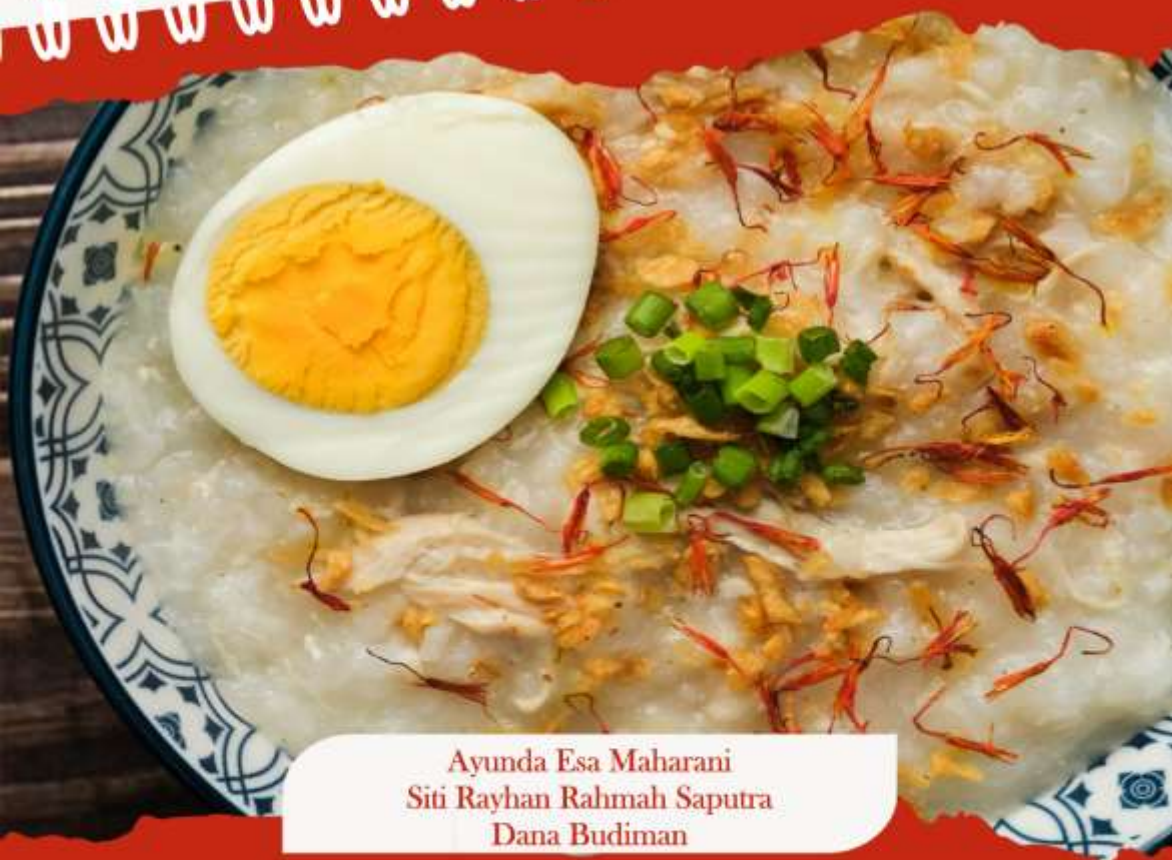




IMPLEMENTASI INOVASI BISNIS DIGITAL DAN BERKELANJUTAN

Dalam Umkm

Bubur Ayam



Ayunda Esa Maharani
Siti Rayhan Rahmah Saputra
Dana Budiman

Editor :
ASSOC. Dr. Gustian Djuanda, S.E., M.M.

IMPLEMENTASI INOVASI BISNIS DIGITAL DAN BERKELANJUTAN DALAM UMKM BUBUR AYAM

Siti Rayhan Rahmah Saputra
Ayunda Esa Maharani
Dana Budiman



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

IMPLEMENTASI INOVASI BISNIS DIGITAL DAN BERKELANJUTAN DALAM UMKM BUBUR AYAM

Penulis:

Siti Rayhan Rahmah Saputra
Ayunda Esa Maharani
Dana Budiman

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Assoc Prof Dr. Gustian Djuanda, S.E., MM

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vi, 74, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCCBN : 62-415-6963-451

Cetakan Pertama:

Februari 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala Puji Kami Panjatkan Kehadirat Allah SWT, Kami Bersyukur Kepada-Nya Karena Memungkinkan Penulis Menyelesaikan Buku Ini. Do'a Kami Juga Ditujukan Kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Kami Mengucapkan Terima Kasih Kepada Semua Yang Telah Mendukung Pembuatan Buku Ini, Seperti Orang Tua, Teman-Teman, Penerbit, Dan Lainnya Yang Tak Bisa Disebutkan Satu Per Satu. Buku Yang Berjudul "Implementasi Inovasi Bisnis Digital Dan Berkelanjutan Dalam Umkm Bubur Ayam" Ini Kami Rancang Sebaik Mungkin Untuk Memberikan Manfaat Kepada Pembaca Yang Membutuhkan Informasi Tentang Penganggaran. Meskipun Menyadari Ada Kekurangan Dan Kesalahan Dalam Buku Ini, Kami Mohon Kritik Dan Saran Pembaca Untuk Meningkatkan Kualitasnya. Harapan Kami Adalah Agar Pembaca Memahami Informasi Mengenai Penganggaran Dan Memberikan Manfaat Bagi Masyarakat Secara Luas.

Buku Ini Kami Buat Dengan Sebaik-Baiknya Agar Dapat Memberikan Manfaat Bagi Pembaca Yang Membutuhkan Informasi Dan Pengetahuan Mengenai Penganggaran. Demikianlah Buku Ini Kami Buat, Dengan Harapan Agar Pembaca Dapat Memahami Informasi Dan Mendapatkan Pemahaman Yang Luas Mengenai Penganggaran. Serta Memberikan Manfaat Bagi Para Pembaca. Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Sukabumi, Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	3
1.3. Ruang Lingkup.....	4
1.4. Manfaat Bagi Pelaku Usaha.....	5
BAB II INOVASI BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN	7
2.1 Definisi Inovasi Bisnis Digital.....	7
2.2 Definisi Bisnis Digital Menurut Para Ahli.....	8
2.3 Jenis Inovasi Digital Untuk Keberlanjutan	8
2.4 Pentingnya Keberlanjutan Dalam Inovasi.....	10
2.5 Strategi Implementasi Inovasi Digital Berkelanjutan	12
2.6 Manfaat Inovasi Bisnis Digital Berkelanjutan	13
2.7 Tantangan Dalam Menerapkan Inovasi Bisnis Digital.....	15
BAB III IMPLEMENTASI INOVASI BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN PADA UMKM	20
3.1 Perkembangan Inovasi Digital	20
3.2 Dampak Perkembangan Teknologi Digital Pada UMKM.....	22
3.3 Perubahan Perilaku Konsumen	26
3.4 Peluang Untuk Inovasi Dan Keberlanjutan.....	28
3.5 Implementasi Keberlanjutan Dalam Bisnis Digital.....	31
3.6 Tantangan Yang Dihadapi Dalam Implementasi Inovasi Bisnis Digital	34
BAB IV PROFIL UMKM BUBUR AYAM DAN PERKEMBANGANNYA	36
4.1 Bubur Ayam Kang Mus.....	36
4.2 Bubur Ayam Pengkolan.....	39
4.3 Bubur Ayam Odeon.....	41
4.4 Perkembangan Usaha Bubur Ayam.....	42
BAB V PEMBAHASAN.....	54

5.1	Inovasi Digital Dalam UMKM Bubur Ayam	54
5.2	Strategi Penerapan Inovasi Digital Dalam UMKM Bubur Ayam .	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		65
6.1	Kesimpulan	65
6.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		70
PROFIL PENULIS		72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia Memiliki Peran Yang Sangat Vital Dalam Perekonomian Nasional. Sektor Ini Tidak Hanya Berkontribusi Signifikan Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), Tetapi Juga Menjadi Penyerap Utama Tenaga Kerja Di Berbagai Daerah. Menurut Data Badan Pusat Statistik, UMKM Menyumbang Lebih Dari 60% Terhadap PDB Indonesia Dan Menyerap Sekitar 97% Tenaga Kerja. Dengan Demikian, Keberadaan UMKM Sangat Penting Untuk Menjaga Stabilitas Ekonomi Dan Mengurangi Angka Pengangguran.

Salah Satu Jenis UMKM Yang Paling Berkembang Pesat Adalah Usaha Kuliner. Dalam Konteks Ini, Bisnis Bubur Ayam Menjadi Salah Satu Pilihan Yang Populer Di Kalangan Masyarakat. Bubur Ayam, Sebagai Makanan Tradisional Yang Mudah Diakses Dan Disukai Berbagai Lapisan Masyarakat, Menawarkan Peluang Besar Bagi Pelaku Usaha. Permintaan Yang Terus Meningkatkan Terhadap Makanan Yang Praktis, Bergizi, Dan Berkualitas Tinggi Membuka Peluang Bagi Usaha Ini Untuk Berkembang. Selain Itu, Tren Konsumen Yang Semakin Mengedepankan Kepraktisan Dalam Memilih Makanan Sehari-Hari Memberikan Keuntungan Tersendiri Bagi Usaha Bubur Ayam.

Namun, Peluang Besar Ini Tidak Datang Tanpa Tantangan. Persaingan Yang Ketat Di Sektor Kuliner Menuntut Pelaku Usaha Untuk Selalu Berinovasi Dan Beradaptasi Dengan Perubahan Perilaku Konsumen Yang Begitu Cepat. Konsumen Saat Ini Lebih Cerdas Dan Selektif Dalam Memilih Makanan, Yang Mendorong Pelaku Usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Produk, Layanan, Dan Pengalaman Pelanggan. Oleh Karena Itu, Penting Untuk Memahami Tren Pasar Dan Kebutuhan Konsumen Agar Dapat Tetap Bersaing.

Di Era Digital Saat Ini, Inovasi Bisnis Digital Menjadi Sangat Penting Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Daya Saing. Teknologi Digital Menawarkan Berbagai Solusi Yang Dapat Membantu Pelaku Usaha Dalam Mengelola Operasional, Mulai Dari Sistem Pemesanan Online Hingga Manajemen Inventaris Yang Lebih Baik. Dengan Memanfaatkan Platform Digital, Usaha Bubur Ayam Dapat Menjangkau Lebih Banyak Konsumen Dan Memperluas Pasar Mereka. Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Juga Menjadi Strategi Yang Efektif Untuk Menarik Perhatian Pelanggan Dan Membangun Komunitas.

Selain Inovasi Digital, Isu Keberlanjutan Semakin Menjadi Perhatian Utama Di Kalangan Konsumen. Banyak Konsumen Saat Ini Yang Lebih Memilih Produk Dari Usaha Yang Menerapkan Praktik Bisnis Yang Ramah Lingkungan Dan Sosial. Oleh Karena Itu, Pelaku Usaha Bubur Ayam Perlu Mempertimbangkan Aspek Keberlanjutan Dalam Setiap Langkah Bisnis Mereka. Ini Bisa Termasuk Penggunaan Bahan Baku Lokal Yang Berkualitas, Pengurangan Limbah, Dan Penerapan Metode Produksi Yang Lebih Berkelanjutan.

Untuk Menerapkan Praktik Keberlanjutan, Pelaku Usaha Dapat Memulai Dengan Melakukan Audit Terhadap Proses Bisnis Mereka. Mengidentifikasi Area Di Mana Limbah Dapat Dikurangi, Seperti Kemasan Ramah Lingkungan Dan Pengelolaan Sisa Makanan, Adalah Langkah Awal Yang Baik. Selain Itu, Menjalin Kemitraan Dengan Petani Lokal Untuk Memperoleh Bahan Baku Segar Juga Dapat Meningkatkan Daya Saing Usaha Serta Mendukung Ekonomi Lokal.

Dengan Demikian, Penting Bagi UMKM Bubur Ayam Untuk Mengintegrasikan Inovasi Digital Dan Keberlanjutan Dalam Strategi Bisnis Mereka. Hal Ini Tidak Hanya Akan Meningkatkan Efisiensi Operasional, Tetapi Juga Memenuhi Ekspektasi Konsumen Yang Semakin Tinggi Terhadap Produk Yang Berkualitas Dan Bertanggung Jawab Secara Sosial. Dengan Pendekatan Yang Tepat, Usaha Bubur Ayam Dapat Berkembang Dan Berkontribusi Lebih Besar Terhadap Perekonomian Indonesia, Sekaligus Menciptakan Dampak Positif Bagi Masyarakat Dan Lingkungan.

1.2. TUJUAN

E-Book Ini Dirancang Sebagai Panduan Praktis Dan Komprehensif Untuk Pelaku Usaha Bubur Ayam, Yang Bertujuan Untuk Membantu Mereka Dalam Mengimplementasikan Inovasi Bisnis Digital Serta Prinsip Keberlanjutan. Dalam Konteks Persaingan Pasar Yang Semakin Ketat Dan Perubahan Perilaku Konsumen Yang Dinamis, Penting Bagi Para Pengusaha Untuk Tidak Hanya Mengikuti Tren, Tetapi Juga Menjadi Pelopor Dalam Inovasi.

- a. Memberikan Pemahaman Tentang Inovasi
Inovasi Merupakan Kunci Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha. E-Book Ini Akan Menjelaskan Berbagai Bentuk Inovasi Yang Relevan Untuk Usaha Kuliner, Termasuk Teknologi Digital Yang Dapat Digunakan Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Dan Pengalaman Pelanggan. Dengan Memahami Pentingnya Inovasi, Pengusaha Dapat Lebih Siap Menghadapi Tantangan Dan Memanfaatkan Peluang Yang Ada.
- b. Menyoroti Pentingnya Keberlanjutan
Praktik Keberlanjutan Tidak Hanya Menjadi Tren, Tetapi Juga Kebutuhan. Konsumen Saat Ini Semakin Sadar Akan Dampak Lingkungan Dari Pilihan Mereka. E-Book Ini Akan Membahas Bagaimana Penerapan Prinsip Keberlanjutan, Seperti Penggunaan Bahan Baku Lokal, Pengurangan Limbah, Dan Praktik Ramah Lingkungan, Dapat Meningkatkan Citra Dan Reputasi Bisnis. Dengan Demikian, Pengusaha Dapat Menarik Lebih Banyak Pelanggan Yang Peduli Akan Isu-Isu Sosial Dan Lingkungan.
- c. Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing
Dalam Pasar Yang Kompetitif, Memiliki Keunggulan Bersaing Adalah Suatu Keharusan. E-Book Ini Akan Menyajikan Berbagai Strategi Inovatif Yang Dapat Diterapkan Oleh Usaha Bubur Ayam Untuk Meningkatkan Daya Saing Mereka. Ini Termasuk Pemasaran Digital, Penggunaan Platform E-Commerce, Dan Pengembangan Produk Yang Sesuai Dengan Selera Konsumen Saat Ini.
- d. Mendorong Optimasi Potensi Usaha
Dengan Memanfaatkan Teknologi Dan Menerapkan Praktik Keberlanjutan, Pelaku Usaha Bubur Ayam Dapat Mengoptimalkan Potensi Mereka. E-Book Ini Akan Memberikan Langkah-Langkah

Praktis Yang Dapat Diambil Untuk Mencapai Tujuan Ini, Termasuk Pengembangan Sistem Manajemen Yang Lebih Baik Dan Peningkatan Kualitas Produk.

1.3. RUANG LINGKUP

Berikut Adalah Pengembangan Rinci Dari Bagian "Ruang Lingkup" Dalam E-Book Yang Membahas Inovasi Bisnis Digital Dan Keberlanjutan Dalam Konteks UMKM Bubur Ayam:

E-Book Ini Dirancang Untuk Memberikan Panduan Komprehensif Mengenai Inovasi Bisnis Digital Dan Prinsip Keberlanjutan Yang Relevan Bagi Pelaku Usaha Bubur Ayam. Dalam Membahas Topik Ini, Kita Akan Mengupas Berbagai Aspek Penting Yang Merangkum Pengertian, Penerapan, Dan Manfaat Dari Dua Konsep Utama Tersebut.

a. Pengertian Dan Pentingnya Inovasi Bisnis Digital

Kita Akan Mulai Dengan Mendefinisikan Apa Yang Dimaksud Dengan Inovasi Bisnis Digital. Inovasi Ini Mencakup Penggunaan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Proses, Produk, Dan Layanan. Dalam Konteks Usaha Bubur Ayam, Inovasi Ini Bisa Berupa Penerapan Sistem Pemesanan Online, Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran, Atau Pengelolaan Inventaris Yang Lebih Efisien Melalui Aplikasi Digital. Pembahasan Ini Akan Mencakup Mengapa Inovasi Digital Sangat Penting, Termasuk Kemampuan Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional, Memperluas Jangkauan Pasar, Serta Meningkatkan Pengalaman Pelanggan.

b. Jenis-Jenis Inovasi Yang Dapat Diterapkan

Selanjutnya, Kita Akan Menjelaskan Berbagai Jenis Inovasi Yang Dapat Diterapkan Oleh Pelaku Usaha Bubur Ayam. Ini Termasuk Inovasi Produk, Seperti Pengembangan Varian Baru Bubur Ayam Yang Sesuai Dengan Selera Konsumen, Inovasi Proses, Yang Mencakup Peningkatan Dalam Cara Produksi Atau Penyajian, Serta Inovasi Pemasaran, Termasuk Penggunaan Platform Digital Untuk Kampanye Pemasaran Yang Lebih Efektif. Dengan Pemahaman Yang Jelas Tentang Jenis-Jenis Inovasi Ini, Pelaku Usaha Dapat Memilih Strategi Yang Paling Sesuai Dengan Kebutuhan Dan Karakteristik Bisnis Mereka.

- c. **Tantangan Dan Strategi Dalam Implementasi**
Pada Bagian Ini, Kita Akan Membahas Tantangan Yang Mungkin Dihadapi Pelaku Usaha Dalam Menerapkan Inovasi Bisnis Digital. Tantangan Ini Bisa Berupa Keterbatasan Sumber Daya, Kurangnya Pemahaman Tentang Teknologi, Atau Resistensi Terhadap Perubahan. Selain Itu, Kita Juga Akan Mengeksplorasi Strategi Yang Dapat Digunakan Untuk Mengatasi Tantangan Tersebut, Seperti Pelatihan Karyawan, Kolaborasi Dengan Pihak Ketiga, Dan Pemanfaatan Sumber Daya Lokal.
- d. **Integrasi Keberlanjutan Dalam Model Bisnis**
Selanjutnya, Kita Akan Mengeksplorasi Bagaimana Prinsip Keberlanjutan Dapat Diintegrasikan Ke Dalam Model Bisnis Usaha Bubur Ayam. Ini Meliputi Praktik Ramah Lingkungan, Seperti Pengurangan Limbah, Penggunaan Bahan Baku Lokal Dan Organik, Serta Penerapan Metode Produksi Yang Berkelanjutan. Selain Itu, Kita Akan Membahas Pentingnya Tanggung Jawab Sosial, Termasuk Kontribusi Terhadap Masyarakat Lokal Dan Kepedulian Terhadap Kesejahteraan Karyawan.
- e. **Langkah-Langkah Praktis Untuk Mencapai Sinergi**
Akhirnya, Kita Akan Memberikan Langkah-Langkah Praktis Yang Dapat Diambil Oleh Pelaku Usaha Untuk Mencapai Sinergi Antara Inovasi Digital Dan Keberlanjutan. Ini Mencakup Pengembangan Strategi Bisnis Yang Menyelaraskan Tujuan Inovasi Dengan Praktik Keberlanjutan, Serta Penerapan Teknologi Yang Tidak Hanya Efisien Tetapi Juga Ramah Lingkungan. Dengan Memberikan Panduan Langkah Demi Langkah, Diharapkan Pelaku Usaha Bubur Ayam Dapat Lebih Siap Dan Percaya Diri Dalam Mengimplementasikan Perubahan Yang Diperlukan.

1.4. MANFAAT BAGI PELAKU USAHA

- Memahami Tren Pasar, Pelaku Usaha Dapat Mengetahui Dan Merespons Tren Yang Sedang Berkembang Dalam Industri Kuliner, Sehingga Produk Yang Ditawarkan Tetap Relevan Dan Menarik Bagi Konsumen.
- Meningkatkan Kualitas Produk, Dengan Menerapkan Inovasi, Pelaku Usaha Dapat Meningkatkan Kualitas Bubur Ayam Yang Ditawarkan. Ini

Membantu Dalam Memenuhi Ekspektasi Konsumen Dan Menciptakan Pengalaman Yang Lebih Baik Bagi Pelanggan.

- Membangun Reputasi Positif, Melalui Praktik Keberlanjutan, Usaha Mereka Dapat Dikenal Sebagai Bisnis Yang Bertanggung Jawab Dan Peduli Terhadap Lingkungan. Reputasi Yang Baik Dapat Menarik Lebih Banyak Pelanggan Dan Membangun Loyalitas.
- Mencapai Keberhasilan Berkelanjutan, Dengan Strategi Yang Tepat, Pelaku Usaha Dapat Mencapai Pertumbuhan Berkelanjutan, Menghasilkan Keuntungan, Dan Memberikan Manfaat Bagi Masyarakat. Ini Mencakup Penciptaan Lapangan Kerja Dan Kontribusi Terhadap Ekonomi Lokal.

BAB II

INOVASI BISNIS DIGITAL

BERKELANJUTAN

2.1 DEFINISI INOVASI BISNIS DIGITAL

Inovasi Bisnis Digital Adalah Proses Penerapan Teknologi Digital Untuk Menciptakan Nilai Baru Dalam Berbagai Aspek Bisnis, Termasuk Model, Proses, Produk, Atau Layanan Yang Dihasilkan. Dalam Konteks Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM), Inovasi Ini Mencakup Berbagai Bentuk Penerapan Teknologi Yang Bertujuan Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Dan Memberikan Pengalaman Yang Lebih Baik Bagi Pelanggan. Beberapa Contoh Inovasi Digital Yang Dapat Diterapkan Oleh UMKM, Terutama Usaha Bubur Ayam, Meliputi:

- Pengembangan Aplikasi
UMKM Dapat Mengembangkan Aplikasi Mobile Yang Memungkinkan Pelanggan Untuk Memesan Bubur Ayam Secara Online. Aplikasi Ini Dapat Mencakup Fitur-Fitur Seperti Pemesanan Di Tempat, Pengantaran, Dan Pembayaran Digital, Yang Memudahkan Pelanggan Dan Meningkatkan Kepuasan Mereka.
- Penggunaan Data Analitik
Dengan Mengumpulkan Dan Menganalisis Data Konsumen, Pelaku Usaha Dapat Memahami Tren Preferensi Pelanggan, Waktu Puncak Penjualan, Dan Produk Yang Paling Diminati. Data Ini Dapat Digunakan Untuk Menyusun Strategi Pemasaran Yang Lebih Efektif Dan Meningkatkan Penawaran Produk.
- Penerapan Sistem Manajemen Yang Lebih Efisien
Teknologi Digital Juga Dapat Digunakan Untuk Meningkatkan Manajemen Operasional. Contohnya, Penggunaan Sistem Manajemen Inventaris Berbasis Cloud Dapat Membantu Pelaku Usaha Dalam

DAFTAR PUSTAKA

- Aihara, H., Allende Prieto, C., An, D., Anderson, S. F., Aubourg, É., Balbinot, E., Beers, T. C., Berlind, A. A., Bickerton, S. J., Bizyaev, D., Blanton, M. R., Bochanski, J. J., Bolton, A. S., Bovy, J., Brandt, W. N., Brinkmann, J., Brown, P. J., Brownstein, J. R., Busca, N. G., ... Zehavi, I. (2011). The Eighth Data Release Of The Sloan Digital Sky Survey: First Data From SDSS-III. *Astrophysical Journal, Supplement Series*, 193(2). <https://doi.org/10.1088/0067-0049/193/2/29>
- Angin, A. (2022). *Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pasundan 2022*. 157, 715448.
- Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(2), 246–270.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213–222. <https://doi.org/10.35908/Jeg.V5i2.1042>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/Jmd.V1i2.175>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Hindratmo, A., Andre, O., Riyanto, W., & Tajuddin, U. (2020). *Manajemen Produksi Umkm Krupuk Puli Sidoarjo*. 3.
- Huda, B., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., & Globalisasi, T. (2024). *Strategi UMK Dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi (Studi Pada Warkop Reborn Di Jalan Margorejo Gg. Masjid Kec. Wonocolo Surabaya Jawa Timur)*. 1.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM Terhadap Pendapatan Nasional Di Indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746. <https://tewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>

- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Putra, A. (2024). Pendampingan UMKM Untuk Memenangkan Pasar Bubur Ayam Melalui Manajemen Pemasaran Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 1(1), 28–30. <https://doi.org/10.62759/jpim.V1i1.76>
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri. *Jurnal Nominal*, VII(1), 1–20. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19356>
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)*, 22(2), 175–191.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 20(2), 163–179. <https://doi.org/10.14710/jspi.V20i2.163-179>
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.V2i3.1147>
- Zed, E. Z., Shafa, D., Nabila, Z., Oktaviani, R., Sari, K. A., Aliyah, S., & Rohmah, N. C. (2024). Peningkatan Kualitas Manajerial UMKM Bubur Ayam Di Desa Sukarahayu Tambelang Kabupaten Bekasi. 2, 45–55.

PROFIL PENULIS



Nama Lengkap Penulis Adalah Ayunda Esa Maharani, Lahir Di Kabupaten Sukabumi Pada Tanggal 23 Maret 2003, Dan Kini Berusia 21 Tahun. Beliau Merupakan Anak Tunggal Dari Pasangan Aidah Dan Pak Mustopa. Penulis Saat Ini Berdomisili Di Wilayah Kabupaten Sukabumi Tepatnya Di Kp. Selajambu, Desa Jambenenggang, Kecamatan Kebonpedes, Provinsi Jawa Barat, Penulis Berkewarganegaraan Indonesia Dan Beragama Islam. Penulis Menempuh Pendidikan Di SDN PONDOKKARYA Kabupaten Sukabumi (2009-2015), SMPN 1 KEBONPEDES Kabupaten Sukabumi (2015-2018), SMAN 4 KOTA SUKABUMI (2018-2021). Dan Saat Ini Penulis Sedang Kuliah Di Universitas Nusa Putra Sukabumi (2022-Sekarang). Penulis Sedang Menempuh Studi Manajemen Di Fakultas Bisnis Dan Humaniora. Penulis Sangat Tertarik Dengan Dunia Bisnis, Oleh Karena Itu Ia Memutuskan Untuk Memilih Jurusan Ini. Selain Itu, Penulis Juga Suka Menari Dan Menyanyi. Di Dalam E-Book Ini Penulis Mencoba Untuk Meneliti Salah Satu Peluang Usaha Bisnis Bagi Para Wirausahawan Yaitu Bubur Ayam, Dan Belajar Bagaimana Proses Berjalannya Suatu Usaha Bisnis Tersebut Dalam Hal Implementasi Inovasi Bisnis Digital Dan Berkelanjutan UMKM Bubur Ayam. Saat Ini Penulis Tinggal Dengan Kedua Orang Tua, Dan Kerja Freelance Di Bidang Seni Seperti Merias Wajah, Menari, Muse Atau Modeling Photography.



Nama Lengkap Penulis Adalah Siti Rayhan Rahmah Saputra, Lahir Di Kabupaten Sukabumi Pada Tanggal 18 Juli 2001, Dan Kini Berusia 23 Tahun. Beliau Merupakan Anak Ke-2 Dari Pasangan Bu Hj, Rohmah Dan Pak H. Igan Saputra (Alm), Penulis Saat Ini Berdomisili Di Wilayah Kabupaten Sukabumi Tepatnya Di Kp. Nangoh, Desa Bojonglongok, Kecamatan Parakansalak, Provinsi Jawa Barat. Penulis Berkewarganegaraan Indonesia Dan Beragama Islam. Penulis Telah Menempuh

Pendidikan Di SDN 02 Balandongan Kabupaten Sukabumi (2007-2013), Mts Riyadhul Ulum Cisempur-Caringin, Bogor (2013-2016), MA Riyadhul Ulum Cisempur-Caringin, Bogor (2016-2019), Dan Saat Ini Penulis Sedang Menempuh Pendidikan Di Universitas Nusa Putra Sukabumi (2022-Sekarang), Penulis Mengambil Jurusan Manajemen (S1 Manajemen) Di Fakultas Bisnis Dan Humaniora. Penulis Mempunyai Keinginan Untuk Berbisnis Di Masa Depan, Maka Dari Itu Penulis Memilih Jurusan Ini. Selain Itu Juga Penulis Mempunyai Hobi Menulis, Mendengarkan Musik Dan Bermain Games. Penulis Membuat E-Book Ini Bertujuan Untuk Menganalisis Penjualan Bubur Ayam, Dan Mencari Tahu Lebih Dalam Tentang Penjualan UMKM Bubur Ayam. Selain Berkuliah, Saat Ini Penulis Juga Bekerja Freelance Di Industri Wedding Sebagai MUA.



Dana Budiman

Seorang Penulis Dan Dosen Prodi Manajemen Di Universitas Nusa Putra. Lahir Di Bandung Pada Tanggal 16 Maret 1962. Sebelumnya Penulis Adalah Birokrat Di Pemda Kabupaten Sukabumi Dan Telah Menduduki Beberapa Jabatan Struktural Eselon II Antara Lain : Kepala Dinas Pertanian, Asisten Sekda Bidang Perekonomian, Staff Ahli Bupati, Dan Terakhir Menjabat Kepala Dinas Ketahanan Pangan. Karir Pendidikan Akademis Penulis Dimulai Dengan Menamatkan Pendidikan Program Sarjana (S1) Di Fakultas Pertanian

UNSOED Purwokerto, Pendidikan Pasca Sarjana (S2) Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UNPAD Bandung Dan Program Doktoral (S3) Di Fakultas Ekonomi Kajian MSDM Di UNPAS Bandung.

Email: Dana.Budiman@Nusaputra.Ac.Id



IKAPI

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996



62-415-6983-451