

PENDAMPINGAN INOVASI NASI LIWET PADA UMKM PRODUSEN NASI LIWET SUNDA RUMAH KREATIF AGRIBISNIS

Dimas Bayu Pinandoyo^{1*}, Swastono Putro Pirastyo²

¹Prodi D3 Seni Kuliner, POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF, Indonesia

²Prodi D4 Pengelolaan Perhotelan, POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF, Indonesia
dimas.pinandoyo@polimedia.com, swastono@polimedia.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Nasi liwet Sunda mulai ditinggalkan terutama oleh pembeli muda. Rumah Kreatif Agribisnis terpaksa mengadopsi makanan asing untuk menjalankan usahanya. Mitra membutuhkan inovasi nasi liwet agar usaha terus berjalan tanpa meninggalkan akar kuliner tradisional Indonesia. Pendampingan ini bertujuan untuk menyediakan alternative menu nasi liwet Sunda kekinian yang cocok bagi pangsa pasar generasi muda. Metode yang dilakukan adalah dengan FGD dan tinjauan pustaka. Formulasi nasi liwet dilakukan dengan metode Fussion Food. Pendampingan dilakukan di Rumah Kreatif Agribisnis, melibatkan 2 tenaga ahli dari mitra dan dibantu 13 mahasiswa Prodi D3 Seni Kuliner Politeknik Negeri Media Kreatif. Evaluasi dilakukan dengan metode FGD. Dari pendampingan ini diperoleh dua alternatif nasi liwet Sunda terinovasi yang siap dilempar ke pasar.

Kata Kunci: *Nasi Liwet Sunda; Pendampingan; UMKM; Inovasi.*

Abstract: *Nasi Liwet Sunda got less interest especially by young consumers. Rumah Kreatif Agribisnis forced to adopt foreign culinary to sustain the production. They need innovation to keep producing nasi Liwet. The aim of this public serve was to give an alternative of Nasi Liwet Sunda that can be accepted by young consumers. Methods that being applied for this public service were FGD and literature study. Formulation was conducted by Fusion Methods. Assistance process was held in Rumah Kreatif Agribisnis involving two experts from partner, assisted by thirteen students from Art Culinary department of Politeknik Negeri Media Kreatif. Evaluation was held using FGD method. From this assistance, two innovated Nasi Liwet Sunda was rpduced and ready to be sold.*

Keywords: *Nasi Liwet Sunda; Assistance; SME; Innovation*

A. LATAR BELAKANG

Rumah Kreatif Agribisnis merupakan gabungan dari peternakan, perikanan, dan tanaman di lahan sempit yang berada di tengah kota. Rumah Kreatif Agribisnis memiliki beberapa fokus kegiatan, diantaranya adalah urban farming, pelatihan dan workshop agribisnis, serta kuliner. Awalnya berfokus pada nasi liwet dan ikan bakar Bogor khas Jawa Barat, Rumah Kreatif Agribisnis telah mengembangkan rumah makan dan caffee De'Is. Rumah Kreatif Agribisnis melalui caffee De'Is merupakan produsen nasi liwet khas Sunda. Sayangnya, nasi liwet Sunda mulai ditinggalkan oleh konsumen, terutama konsumen muda. Konsumen muda lebih menyukai makanan asing terutama Makanan Korea seiring dengan masuknya "Korean wave" ke Indonesia. Rumah Kreatif Agribisnis terpaksa mengadopsi makanan asing untuk bertahan di pasaran. Namun, sangat besar harapan dari Rumah Kreatif Agribisnis untuk memiliki alternative pangan Itradisional Indonesia yang mampu diterima dengan sangat baik di kalangan konsumen muda. Sayangnya, alternatif pangan tradisional kekinian, terutama nasi liwet khas Sunda kekinian, belum dikembangkan.

Inovasi melibatkan adaptasi dan difusi budaya kekinian ke dalam ide autentik yang kita miliki. Inovasi merupakan kunci keberhasilan *Haute Cuisine* dalam mendongkrak

angka kunjungan turis ke Spanyol sebanyak 5 % (Albors-Garrigós et al., 2018). Inovasi setidaknya melibatkan tiga proses yaitu, mengikuti, mengadaptasi, kemudian mencari ciri khas. Inovasi kuliner tidak selamanya linear dengan perkembangan, namun berhubungan erat dengan tren budaya kekinian yang hits di masyarakat. Inovasi harus melibatkan akademisi dan ahli guna mendukung keberhasilannya (Feuls, 2018). Sayangnya, Rumah Kreatif Agribisnis belum memiliki tenaga ahli dan dukungan akademisi dana proses inovasi menunya.

Pendampingan inovasi UMKM dinilai efektif dalam meningkatkan ketahanan dan daya saing UMKM. Palimbong dkk (2019) berhasil melakukan peningkatan ketahanan dan daya saing UMKM Pedagang Kaki Lima (PKL) di Salatiga dengan melakukan pendampingan inovasi olahan umbi singkong (*Manihot spp.*). Inovasi yang dihasilkan diantaranya *Cassava lava*, *Cake* singkong keju, dan Sawut Coklat. Pendampingan ini dianggap sangat mencerahkan dan membuka wawasan baru bagi pelaku UMKM (Palimbong et al., 2019).

Pendampingan inovasi untuk UMKM juga dapat dilakukan dengan lebih menyeluruh. Pendampingan inovasi pangan yang menyeluruh bahkan dapat meningkatkan ketahanan pangan terutama pada masa pandemi COVID-19. Jumini dkk (2021) melakukan pendampingan inovasi pangan berbahan dasar potensi pangan lokal. Inovasi yang dilakukan beragam, dari produk jamur, cabe, sayur, hingga kopi di Desa Garung. Pendampingan yang dilakukan ini diklaim memberikan manfaat yang sangat besar dalam meningkatkan ketahanan pangan terutama bagi warga yang terkena dampak pandemic COVID-19 (Jumini et al., 2021).

Pendampingan dalam inovasi produk juga dinilai efektif dalam memperluas pangsa pasar suatu produk UMKM pangan. Hal ini terlihat pada produk Keripik Gitrek di Desa Leles, Segalaherang, Subang. Dari segi produk, inovasi yang dilakukan sederhana, yaitu melakukan inovasi rasa. Keripik Gitrek diinovasikan menjadi dua rasa baru yaitu, rasa asin gurih, dan rasa pedas. Disamping inovasi ini, dilakukan pula inovasi pada kemasan pangan dan perijinan. Dampaknya pangsa pasar keripik ini meningkat hingga level propinsi (Arifudin & Tanjung, 2020).

Pendampingan inovasi pangan juga dapat dilakukan dengan menerapkan inovasi pada standar-standar yang dimilikinya sehingga memenuhi sertifikasi tertentu. Hal ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), dalam upaya meningkatkan ketahanan UMKM di Sukolilo. Pendampingan ini dilakukan dengan menggunakan melakukan serangkaian *workshop* Halal di ITS. Peserta diklaim mampu menghadapi tantangan yang diberikan oleh pemerintah berdasarkan Peraturan BPJH Kemenag 17 Oktober 2019 (Gunawan et al., 2020).

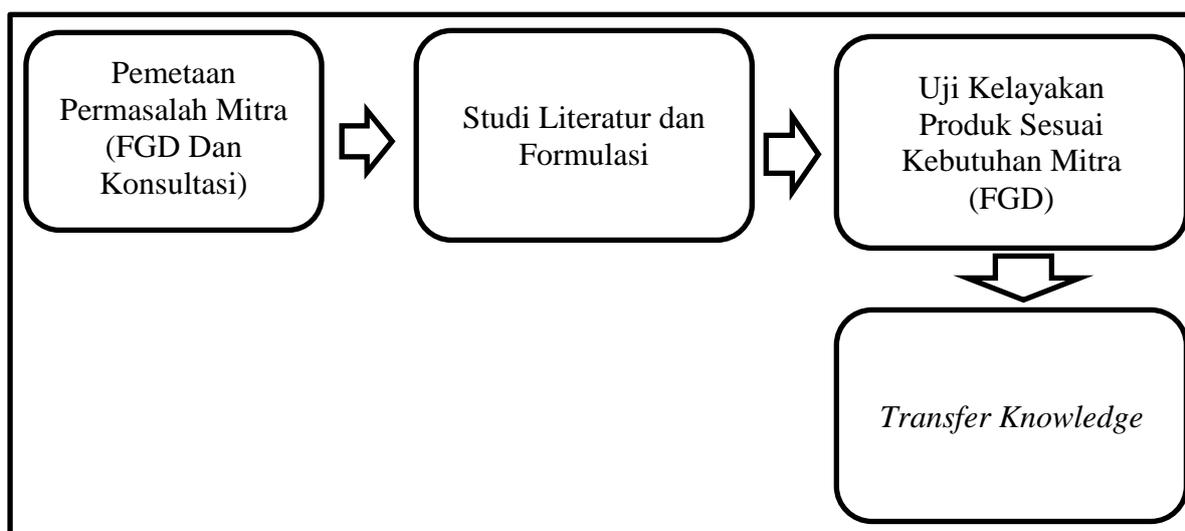
Inovasi pangan bagi UMKM juga dapat diberikan dalam bentuk inovasi kemasan. Seperti yang ditemui pada UMKM Dodol Nanas di Subang. Pendampingan inovasi ini dilakukan dalam tiga tahap yaitu, persiapan, pelaksanaan serta monitoring, dan evaluasi. Inovasi yang dilakukan didasarkan pada regulasi departemen kesehatan Kota Subang (Opan Arifudin et al., 2020).

Dari uraian diatas, inovasi memegang peran penting dalam pengembangan UMKM. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan solusi kepada UMKM Rumah Kreatif Agribisnis dalam menemukan inivasi menu nasi liwet Sunda yang dapat diterima dengan baik di kalangan kaum muda. Akulturasi budaya dan penetrasi budaya kuliner asing memang tidak dapat dihindari lagi. Namun, dengan adanya inovasi kuliner lokal, diharapkan ditemukan salah satu model inovasi kuliner tradisional menjadi kuliner kekinian yang tetap kuat nilai akar budayanya.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan ini merupakan konsultasi yang dikemas dalam bentuk FGD, kajian pustaka, dan dilanjutkan dengan pemecahan permasalahan yang dikemas dalam kegiatan praktik mahasiswa. Mitra yang dilibatkan dalam kegiatan ini adalah Rumah Kreatif Agribisnis. Mitra merupakan usaha yang berbasis pada pelatihan. Melihat potensi kuliner tradisional Indonesia, Rumah Kreatif Agribisnis mulai melirik pangsa kuliner sejak 2019. Rumah Kreatif Agribisnis merupakan sedikit dari UMKM produsen nasi liwet Sunda yang bertahan menghadapi pandemi COVID-19. Rumah Kreatif Agribisnis terletak di Jl. Sempur Kaler No.71, RT.05/RW.02, Sempur, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16153. Dalam kegiatan ini dua tenaga ahli Rumah Kreatif Agribisnis terlibat aktif dalam kegiatan pendampingan.

Adapun langkah kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut,



Gambar 1. Diagram Alir Pendampingan Inovasi Nasi Liwet Sunda

Tahap pertama adalah pemetaan permasalahan mitra. Pada tahap ini dilakukan konsultasi dan FGD mengenai kebutuhan Mitra. Mitra menceritakan mengenai permasalahannya, serta kriteria-kriteria yang diinginkan untuk produk baru mereka. Tahap ini menjadi dasar inovasi dan formulasi produk ke depannya. Output dari kegiatan ini adalah peta kebutuhan mitra.

Tahap kedua adalah studi literature dan formulasi. Studi literature dilakukan untuk mencari nilai-nilai yang harus dipertahankan dalam nasi liwet Sunda serta kemungkinan formulasi yang dapat ditempuh. Formulasi dikembangkan berdasarkan hasil kajian dari studi literature dan peta kebutuhan mitra. Output dari kegiatan ini rancangan formula nasi liwet Sunda kekinian.

Tahap ketiga adalah uji kelayakan produk yang telah diformulasikan. Uji kelayakan dilakukan melalui demo langsung produksi di depan mitra. Mitra selanjutnya melakukan evaluasi dari segi rasa, aroma, dan tampilan nasi liwet Sunda terinovasi. Setelah diperoleh produk yang paling diminati mitra, dilakukan *transfer knowledge* dari formulasi yang dipilih.

Tahap terakhir dan paling penting adalah *transfer knowledge*. Kegiatan ini dilakukan dengan melatih mitra dalam membuat nasi liwet Sunda terinovasi. Resep dan teknik pembuatan secara detil dilakukan pada tahap ini.

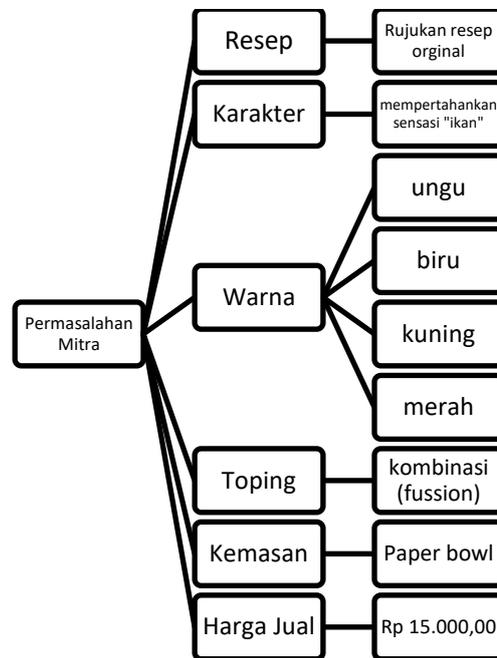
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pengabdian masyarakat diperoleh hasil sebagai berikut

1. Pemetaan Permasalahan Mitra

Dari sesi konsultasi diperoleh data sebagai berikut:

Mitra menginginkan Nasi Liwet yang memiliki inovasi pada jenis nasinya, jenis topping nya, dan dessert atau pendampingnya. Mitra meminta perubahan warna pada nasi liwet agar lebih menarik dan tidak terkesan monoton. Warna yang diinginkan adalah warna ungu, biru, kuning, dan merah. Standard resep untuk pengembangan inovasi tetap menggunakan standar resep *original* Mitra. Untuk topping mitra menginginkan adanya kombinasi antara resep orginal dan resep kekinian atau bahkan resep asing. Contoh topping yang diinginkan untuk dimodifikasi misalkan keju mozzarella. Originalitas yang ingin dipertahankan adalah sensasi ikan dalam nasi liwet. Nasi yang digunakan adalah jenis Ramos. Range harga yang diinginkan mitra tidak boleh melebihi Rp.15.000,00. Range harga merupakan kunci utama yang harus diutamakan. Harga jual merupakan kunci keputusan pelanggan untuk membeli. Penentuan harga jual yang rendah merupakan kunci keberhasilan penetrasi produk baru. Wuling telah berhasil menerapkan metode ini (Suryo et al., 2020). Kemasan yang diinginkan merupakan kemasan *paper bowl*. Teknik pengolahan orginal menggunakan kastrol. Namun, untuk inovasi dapat digunakan *rice cooker* sebagai alat untuk mengolah nasi liwet.



Gambar 2. Peta Permasalahan Mitra



Gambar 3. Kegiatan Konsultasi Mitra dengan Team Pengabdi

2. Studi Literatur dan Formulasi

Studi literature menunjukkan bahwa inovasi formula nasi liwet Sunda masih sangat minim. Inovasi nasi liwet dilakukan di Lampung dengan menggabungkan nasi liwet Sunda dengan budaya khas Lampung. Inovasi dilakukan dengan mengaplikasikan sambal Alu khas Lampung pada nasi liwet Sunda. Inovasi ini ternyata sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, sikap, dan kepuasan konsumen terhadap nasi liwet yang disajikan (Apriani et al., 2021). Nasi liwet juga disajikan dengan metode gastronomi untuk meningkatkan daya tarik wisata Desa Randobawailir, Kuningan. Namun, ternyata ditemukan bahwa pengunjung lebih tertarik dengan nasi liwet Sunda original. Poin penerimaan dari nasi liwet gastronomi ini cenderung netral, sedangkan nasi liwet original cenderung disukai dan sangat disukai (Setiawati et al., 2021). Gastronomi merupakan tren inovasi nasi liwet sunda yang banyak ditemui. Namun sayang efektifitasnya masih belum dapat dipastikan. Gastronomi lebih memungkinkan diaplikasikan pada menu-menu sederhana khas Sunda seperti *ue Surabi* dan sebagainya (Hidayat & Riyanti, 2021). Dari uraian diatas dapat diambil bahwa formulasi yang efektif diterapkan kepada nasi liwet Sunda adalah inovasi yang simple.

Studi literature mengenai sejarah juga dilakukan untuk mengetahui karakteristik yang boleh dan tidak boleh diinovasikan dalam nasi liwet Sunda. Secara historis, ada dua jenis nasi liwet di Indonesia. Nasi liwet tersebut adalah nasi liwet Solo dan Sunda. Nasi liwet Sunda memiliki karakteristik yang jauh berbeda dibanding dengan nasi liwet Solo. Nasi liwet Sunda tadinya dikembangkan sebagai bentuk perayaan setelah panen sebagai wujud syukur kepada dewi Sri. Seiring masuknya Islam ke nusantara, perayaan ini digeser menjadi perayaan hari-hari besar dan bersejarah Islam. Istilah “*Ngaliwet*” muncul setelah masa ini. Hingga saat ini budaya ini masih sering ditemui sebagai upaya penjalinan silaturahmi antar muslim (Aziz et al., 2021). Ketika zaman penjajahan Belanda, daerah Jawa Barat merupakan salah satu daerah yang memiliki perlawanan yang keras pada Belanda. Akibatnya, sumber pangan yang tersedia sangat dibatasi oleh Belanda. Dari sini karakteristik utama nasi liwet Sunda muncul. Ikan teri dan jambal tulang yang merupakan komoditas tak terpakai dimasukkan dan menjadi penciri nasi liwet Sunda. Sayur dan lauk pendampingnya pun cenderung beragam, namun selalu sederhana seperti *tempe*, ikan asin, dan sayur kangkung. Sambal sunda menjadi topping penciri (Setyawan et al., 2022). Nasi liwet Sunda menggambarkan kesederhanaan dan perjuangan. Nilai ini yang tidak boleh hilang dalam proses inovasi.

Untuk metode formulasi yang dikehendaki oleh mitra adalah menggunakan metode *fussion food*. Untuk itu dilakukan analisis terhadap tren jajanan anak muda terkini. Anak-anak muda di tahun 2022 cenderung tertarik dengan makanan korea. Hal ini beriringan dengan invasi budaya Korea Selatan melalui *Korean wave*. Kecintaan produk jajanan terutama jajanan tradisional mulai ditinggalkan. Anak muda Indonesia bahkan cenderung menganggap pangan tradisional kampung dan ketinggalan jaman (Wardani et al., 2022). Makanan yang masih diminati diantaranya adalah *seblak* dan *otak-otak*. Anak muda cenderung memilih jajanan yang ringkas dan tidak membutuhkan waktu lama untuk penyajiannya. Mereka juga memiliki kecenderungan menyukai makanan pedas terutama sambal matah. Tren ini marak terutama di daerah Jakarta (Lasmana, 2020).

Dari kajian diatas hasil formulasi nasi liwet kekinian yang dilakukan adalah sebagai berikut



Gambar 4. Proses Formulasi

Dari uji formulasi, nasi liwet yang berhasil diinovasikan adalah nasi liwet merah, hijau dan kuning. Adapun topping yang digunakan adalah bakwan jagung, semur jengkol, tahu crispy, kulit crispy, tumisan dan sambal matah.



Gambar 5. Nasi Liwet Hasil Inovasi

3. Uji Kelayakan Produk Sesuai Kebutuhan Mitra

Dilakukan uji kelayakan produk sebagai bentuk evaluasi produk manakah yang menjawab kebutuhan mitra. Proses ini dilakukan dengan mempresentasikan produk di hadapan mitra. Mitra mencoba dan menilai secara langsung produk inovasi mana yang paling sesuai untuk memecahkan permasalahannya. Dari proses ini diperoleh hasil bahwa mitra memilih inovasi dengan dua kombinasi yaitu, (1) Kombinasi nasi liwet merah, kulit crispy, sayur tahu tauge, dan sambal matah. Kombinasi ini selanjutnya disebut dengan produk KuTa Liwet. (2) Kombinasi nasi liwet kuning, kulit crispy, tumis labu, dan sambal matah. Kombinasi ini selanjutnya disebut dengan produk KuBu Liwet.



Gambar 6. Proses FGD Pengujian Kelayakan Produk

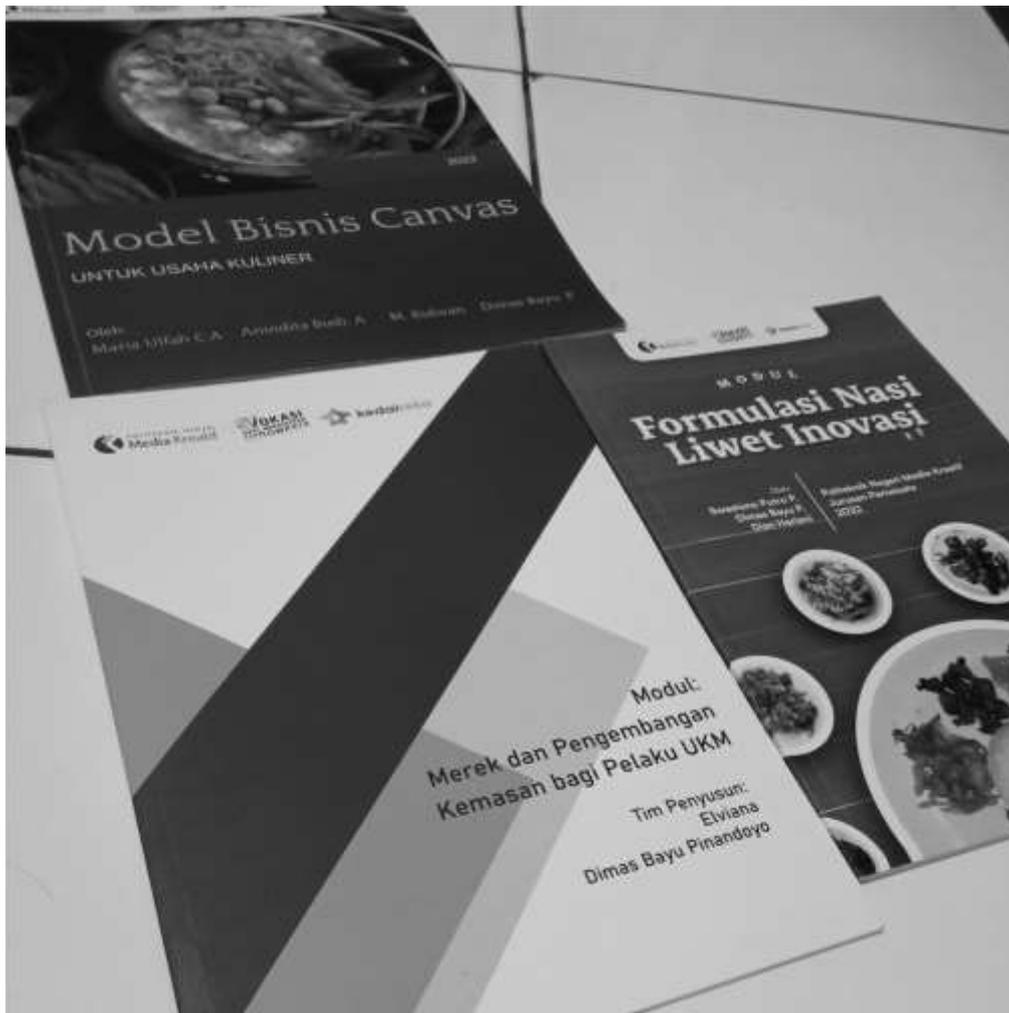
4. *Transfer Knowledge*

Transfer knowledge dilakukan dalam bentuk pelatihan terbatas kepada mitra mengenai cara produksi nasi liwet inovasi. Nasi liwet ini mudah dibuat, murah, dan dapat dibuat dalam waktu singkat. Selain pelatihan terbatas, juga diberikan modul sebagai rujukan inovasi bagi mitra maupun UMKM lainnya yang ingin menginovasikan produk inovasi nasi liwet Sunda.



Gambar 7. Proses Pelatihan Terbatas Tentang Cara Produksi

Modul yang diberikan kepada mitra ada tiga jenis modul. Yang pertama merupakan modul cara pembuatan produk nasi liwet. Modul ini sifatnya terbuka. Mitra bias mengkombinasikan berbagai kombinasi untuk menyesuaikan kebutuhan pasar. Selain itu, dibuat pula modul kewirausahaan yang dapat membantu mitra jika ingin membuka cabang. Untuk kemasan, teknik membentuk brand yang baik juga dikemas dalam satu modul tersendiri.



Gambar 8. Modul Pendamping Untuk Mitra

D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pendampingan ini diperoleh beberapa opsi nasi liwet Sunda kekinian untuk pangsa pasar anak muda. Namun demikian ada dua nasi liwet inovasi yang dipilih mitra untuk memecahkan permasalahannya. Nasi inovasi pertama adalah KuTa Liwet yang merupakan kombinasi dari nasi liwet merah, kulit crispy, sayur tahu tauge, dan sambal matah. Nasi inovasi kedua adalah KuBu Liwet berisi kombinasi nasi liwet kuning, kulit crispy, tumis labu, dan sambal matah. Selain pendampingan inovasi, juga diberikan panduan dalam bentuk modul untuk memastikan pendampingan bersifat berkelanjutan dan berkembang.

Inovasi nasi liwet Sunda masih sangat terbatas. Pelaku usahanya juga banyak yang terlindas krisis pandemic Covid 19. Penulis menyarankan agar ke depannya lebih banyak akademisi yang memberikan perhatian dalam inovasi UMKM berbasis kuliner tradisional Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis haturkan kepada penyelenggara hibah Matching Fund 2022 yang menjadi pemrakarsa pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada team Prodi Seni Kuliner Politeknik Negeri Media Kreatif atas perannya dalam memecahkan permasalahan mitra. Tak lupa ucapan terimakasih kepada tempat kami mengabdikan yaitu Politeknik Negeri Media Kreatif (PoliMedia). Semoga kelak PoliMedia

benar-benar menjadi rujukan dan sumber inovasi yang terkemuka di Indonesia. PoliMedia, *where the innovations grow*.

DAFTAR RUJUKAN

- Albors-Garrigós, J., Martínez Monzo, J., & García-Segovia, P. (2018). Knowledge dynamics as drivers of innovation in Haute Cuisine and culinary services. *Industry and Innovation*, 25(1), 84–111. <https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1268950>
- Apriani, E., Indriani, Y., & Adawiyah, R. (2021). Pengambilan Keputusan, Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Paket Nasi Liwet Di Rmsasa Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(2), 325. <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i2.5106>
- Arifudin, O., & Tanjung, R. (2020). *Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan khas Subang Jawa Barat*. 4(6), 7–12.
- Aziz, R., Robbani, R., Munawaroh, D., & Permana, A. T. (2021). Mempererat Persaudaraan Umat Islam didalam Perayaan Hari Besar Islam (PHBI) Dan Jumat Bersih (Jumseh) Dengan Nasi Liwet. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung Vol.*, 1(8), 15–32.
- Feuls, M. (2018). Understanding culinary innovation as relational: Insights from Tarde's relational sociology. *Creativity and Innovation Management*, 27(2), 161–168. <https://doi.org/10.1111/caim.12257>
- Gunawan, S., Darmawan, R., Juwari, J., Qadariah, L., Wirawasista, H., Firmansyah, A. R., Hikam, M. A., Purwaningsih, I., & Ardhillia, M. F. (2020). Pendampingan Produk UMKM di Sukolilo menuju Sertifikasi Halalan Thayyiban. *Sewagati*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v4i1.6446>
- Hidayat, T., & Riyanti, A. (2021). *Sunda Culinary as a Gastronomic Tourism Attraction in West Java. Ntf 2019*, 159–165. <https://doi.org/10.5220/0010215601590165>
- Jumini, S., Nisa, T. N., Mawadah, A., Masrurroh, A. L., Ihfad, M., & Sulisty, A. R. (2021). Pendampingan Budidaya Potensi Lokal Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(3), 306–314. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v8i3.1903>
- Lasmana, D. (2020). Tren Foodie: Potensi Street Food Di Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(1), 38–46. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i1.2033>
- Opan Arifudin, Fenny Damayanti Rusmana, Rahman Tanjung, & Udin Wahrudin. (2020). Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Dodol Nanas Di Subang Jawa Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 408–417. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i3.4469>
- Palimbong, S., Renyoet, B. S., Hulu, M., Nugraha, G. A., & Anggraeni, M. K. (2019). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN INOVASI OLAHAN UMBI SINGKONG (Manihot. spp) BAGI PELAKU UMKM SEKTOR USAHA KAKI LIMA DI SALATIGA. *Jurnal Abditani*, 2(2), 67–72. <https://doi.org/10.31970/abditani.v2i0.31>
- Setiawati, E., Ningsih, W., & Khalim, A. (2021). Pengembangan Kawasan Pertanian sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi pada Era New Normal di Desa Randobawailir Kabupaten Kuningan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(6), 1821–1832.
- Setyawan, A. T., Sholihah, A., & Rohmah, S. L. N. (2022). Kuliner Sunda di Tengah Laju Modernitas: Perkembangan Rumah Makan Sunda di Bandung Tahun 1960-an Hingga 2000-an. *Historiography*, 2(April), 204–218.
- Suryo, A. A., Suddin, A., & Widajanti, E. (2020). PENGARUH HARGA, IKLAN, CITRA MERK, DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DI WILAYAH SURAKARTA. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13(2), 395–404. <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/3656>
- Wardani, K. A. W., Helminaroza, & Nurfaizah, I. (2022). TREN MAKANAN SEBAGAI DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PERTUKARAN BUDAYA. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3(1), 445–448.