

Pemberdayaan Produksi dan Pemasaran Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda di Bagirati, Cakranegara, Lombok

Irwan Syuhada^{1*}, I Putu Dedy Arjita², I Putu Agus Santana^{3*}

^{1,2,3}Universitas Islam Al Azhar Mataram

*Corresponding Author e-mail: agussantana2@gmail.com

Abstract: *This community service program was carried out to answer the production and marketing challenges faced by the Dapoer Wanda Culinary Business Group in Bagirati, Cakranegara, Lombok, a culinary MSME that focuses on boxed rice and betutu chicken products. The purpose of the activity is to increase production capacity, strengthen business management, and expand marketing reach through digitalization. The service method uses a participatory approach that involves socialization, training, application of appropriate technology, mentoring, and evaluation. The service team consisted of lecturers from Al Azhar Islamic University Mataram supported by students. The results of the activity showed an increase in partner understanding from 30% to 80%, an increase in production, and an average increase in sales by 25%. The uniqueness of this program lies in the integration of modern production technology with local content-based digital marketing strategies. The recommendations are directed at ongoing mentoring and strengthening multi-stakeholder collaboration to ensure the sustainability of service results.*

Keywords: *Digital marketing, community empowerment, production and marketing, appropriate technology, culinary MSMEs*

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab tantangan produksi dan pemasaran yang dihadapi Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda di Bagirati, Cakranegara, Lombok, sebuah UMKM kuliner yang berfokus pada produk nasi kotak dan ayam betutu. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat manajemen usaha, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui digitalisasi. Metode pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi tepat guna, pendampingan, dan evaluasi. Tim pengabdian terdiri dari dosen Universitas Islam Al Azhar Mataram yang didukung oleh mahasiswa. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra dari 30% menjadi 80%, peningkatan produksi, serta kenaikan rata-rata penjualan sebesar 25%. Keunikan program ini terletak pada integrasi teknologi produksi modern dengan strategi pemasaran digital berbasis konten lokal. Rekomendasi diarahkan pada pendampingan berkelanjutan dan penguatan kolaborasi multi-pihak untuk memastikan keberlanjutan hasil pengabdian.

Kata Kunci: Digital marketing, pemberdayaan masyarakat, produksi dan pemasaran, teknologi tepat guna, UMKM kuliner

Pendahuluan

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam memperkuat perekonomian daerah melalui penciptaan lapangan kerja, penyediaan produk berbasis lokal, dan pemberdayaan masyarakat (Gobal & Tasik Allo, 2024; Hadi et al., 2023; Putri & Rofila, 2024). Di Kota Mataram, khususnya wilayah Bagirati, Cakranegara, pertumbuhan usaha kuliner menjadi salah satu sektor potensial yang mampu mendukung kemandirian ekonomi masyarakat. Salah satu unit usaha yang berkembang adalah Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda, yang telah beroperasi selama dua tahun dengan produk utama berupa nasi kotak dan ayam betutu. Meskipun memiliki prospek pasar yang baik dengan rata-rata pesanan 275 nasi kotak dan 150 ekor ayam betutu per bulan, usaha ini menghadapi keterbatasan sarana produksi dan manajemen. Hambatan utama yang dihadapi antara lain keterbatasan peralatan dapur modern, pembagian tugas yang belum optimal, serta kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas pasar.

Permasalahan yang dihadapi Dapoer Wanda berakar pada isu klasik UMKM, yaitu keterbatasan kapasitas produksi, manajemen usaha yang belum terstruktur, dan lemahnya strategi pemasaran berbasis teknologi. Secara ilmiah, perbaikan dalam hal efisiensi produksi, standarisasi kualitas, serta adopsi teknologi *digital marketing* terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM kuliner (Singh et al., 2024; Wibowo et al., 2024). Urgensi penyelesaian masalah ini terletak pada kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan usaha sekaligus



memperkuat peran UMKM dalam mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) (Naveed et al., 2022; Rizkita et al., 2025), terutama SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) dan SDG 9 (industri, inovasi, dan infrastruktur). Apabila hambatan tidak segera diatasi, maka Dapoer Wanda akan kesulitan memenuhi permintaan pasar, mempertahankan kualitas produk, dan bersaing di tengah pesatnya pertumbuhan bisnis kuliner lokal.

Berdasarkan perkembangan terkini, penerapan teknologi tepat guna dalam produksi kuliner serta optimalisasi pemasaran digital merupakan strategi yang relevan dan terbukti efektif (Sharabati et al., 2024; Vitsentzatou et al., 2022; Yaiprasert & Hidayanto, 2023). *State of the art* menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi modern, seperti alat masak presto dan kulkas komersial, mampu meningkatkan efisiensi hingga 30%, sementara penerapan digital marketing berpotensi meningkatkan penjualan lebih dari 20% dalam enam bulan. Oleh karena itu, pendekatan yang ditawarkan dalam program pengabdian ini meliputi pengadaan peralatan dapur modern, pelatihan manajemen produksi, serta pendampingan pemasaran digital. Kebaruan (*novelty*) dari program ini terletak pada integrasi antara teknologi produksi modern dengan strategi pemasaran digital berbasis konten lokal, sehingga tidak hanya meningkatkan kapasitas usaha tetapi juga memperkuat identitas kuliner Lombok sebagai bagian dari branding produk.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah memberdayakan Kelompok Usaha Dapoer Wanda melalui peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran, sehingga usaha dapat beroperasi lebih efisien, berdaya saing, dan berkelanjutan. Secara lebih spesifik, pengabdian ini bertujuan untuk memperbaiki manajemen usaha, memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital, serta meningkatkan kualitas produk melalui pemanfaatan teknologi tepat guna. Adapun tujuan penulisan artikel ilmiah ini adalah mendokumentasikan praktik baik (*best practices*) dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam bidang pemberdayaan UMKM berbasis kuliner lokal.

Kontribusi nyata dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya efisiensi produksi hingga 30%, perluasan pasar melalui digital marketing, dan pengurangan limbah bahan baku hingga 15%. Manfaat konkret ini tidak hanya dirasakan oleh Dapoer Wanda, tetapi juga memberi efek domino terhadap masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja baru, penguatan rantai pasok lokal, dan promosi kearifan kuliner daerah. Dari sisi akademis, naskah ini memberikan kontribusi terhadap literatur pengabdian masyarakat, khususnya dalam konteks pengembangan model pemberdayaan UMKM berbasis integrasi teknologi produksi dan pemasaran digital, yang dapat direplikasi di berbagai daerah dengan karakteristik serupa.

Metode

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pemberdayaan, di mana mitra dilibatkan secara aktif mulai dari tahap identifikasi masalah, perumusan solusi, implementasi kegiatan, hingga evaluasi hasil. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa model partisipatif lebih efektif dalam meningkatkan kapasitas usaha mikro kecil, sekaligus menjamin keberlanjutan program karena solusi yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra dan mendorong rasa memiliki terhadap perubahan yang dilakukan.

Mitra dalam kegiatan ini adalah Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda yang berlokasi di Jalan KH. Dewantara No. 11B, Bagirati, Cakranegara, Lombok. Usaha ini telah beroperasi selama dua tahun dengan melibatkan lima orang karyawan. Produk utama yang dihasilkan adalah nasi kotak dan ayam betutu, dengan bahan baku segar yang diperoleh dari pemasok lokal. Pemilihan Dapoer Wanda sebagai mitra didasarkan pada lokasinya yang strategis di pusat kota Cakranegara, potensinya dalam pengembangan kuliner lokal, serta berbagai kendala yang dihadapi terutama pada aspek produksi, manajemen, dan pemasaran digital. Kondisi

tersebut menjadikan Dapoer Wanda tepat sebagai sasaran pemberdayaan agar mampu berkembang lebih kompetitif sekaligus memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Tim pelaksana pengabdian terdiri dari dosen Universitas Islam Al-Azhar dengan berbagai keahlian, antara lain pada bidang manajemen, produksi, dan strategi pemasaran. Ketua tim bertanggung jawab untuk koordinasi dan komunikasi dengan pihak mitra, sementara anggota tim memberikan pelatihan dan pendampingan sesuai bidangnya. Selain itu, mahasiswa juga dilibatkan secara aktif dalam kegiatan ini, terutama pada aspek dukungan administratif, dokumentasi kegiatan, riset lapangan, serta membantu proses pelatihan dan pengumpulan data. Keterlibatan mahasiswa tidak hanya mendukung kelancaran program, tetapi juga memberikan pengalaman praktis dalam penerapan ilmu pengetahuan di masyarakat.

Intervensi yang dilakukan dalam pengabdian ini mencakup beberapa tahap, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta evaluasi. Sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan tujuan dan manfaat program kepada mitra serta membangun komitmen bersama. Tahap pelatihan mencakup manajemen produksi kuliner, penerapan standar kebersihan, dan strategi pemasaran digital. Selanjutnya, penerapan teknologi dilakukan dengan memperkenalkan peralatan modern seperti kulkas penyimpanan bahan dan alat masak presto untuk meningkatkan kapasitas produksi. Proses transfer ilmu pengetahuan dan teknologi (saintek) juga diberikan melalui pengenalan sistem manajemen inventaris, penyusunan standar operasional prosedur (SOP), serta penggunaan media digital untuk pemasaran berbasis konten dan interaksi dengan pelanggan.

Pengumpulan data dalam program ini difokuskan pada indikator yang relevan dengan target capaian, yaitu peningkatan kapasitas produksi, pertumbuhan penjualan, efisiensi operasional, pengurangan limbah bahan baku, serta peningkatan performa pemasaran digital. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan karyawan, kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan, serta dokumentasi catatan produksi dan penjualan. Selain itu, instrumen berupa lembar observasi SOP, formulir evaluasi pelatihan, serta analisis media sosial digunakan untuk memastikan data yang diperoleh valid dan komprehensif.

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif komparatif, yaitu membandingkan kondisi sebelum dan sesudah intervensi untuk menilai efektivitas kegiatan. Data kuantitatif, seperti peningkatan jumlah produksi dan penjualan, dianalisis berdasarkan pencapaian target yang telah ditetapkan (misalnya peningkatan kapasitas produksi 30% atau kenaikan penjualan 20% dalam enam bulan). Data kualitatif dari wawancara dan umpan balik dianalisis secara tematik untuk memahami perubahan perilaku, kepuasan pelanggan, dan tantangan yang masih dihadapi. Kriteria keberhasilan ditetapkan apabila minimal 80% target capaian dapat direalisasikan. Dampak pengabdian dievaluasi melalui triangulasi data kuantitatif dan kualitatif sehingga memberikan gambaran menyeluruh, tidak hanya pada peningkatan kapasitas usaha Dapoer Wanda tetapi juga kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, penguatan identitas kuliner lokal, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Hasil

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda telah melalui lima langkah strategis sesuai dengan metode yang dirancang, yakni sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Dalam setiap tahapan, mitra terlibat secara aktif, mulai dari diskusi identifikasi masalah hingga implementasi solusi. Sosialisasi memberikan pemahaman menyeluruh terkait tujuan program, sementara pelatihan berfokus pada manajemen produksi, higienitas, dan pemasaran digital. Penerapan teknologi dilakukan dengan menghadirkan peralatan modern berupa kulkas penyimpanan bahan dan alat masak presto yang langsung dimanfaatkan dalam operasional produksi. Selanjutnya, kegiatan pendampingan memungkinkan mitra untuk mendapatkan bimbingan berkelanjutan, sedangkan evaluasi memberikan kesempatan untuk mengukur capaian program. Keterlibatan aktif mitra

menunjukkan adanya keselarasan antara kebutuhan usaha dan solusi yang ditawarkan, sehingga proses pemberdayaan berjalan efektif dan tepat sasaran.

Hasil analisis data yang diperoleh melalui survei, wawancara, dan observasi lapangan memperlihatkan capaian yang signifikan. Survei pra dan pasca pelatihan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra dari 30% menjadi 80%, terutama dalam hal penerapan standar operasional produksi serta strategi pemasaran digital. Data penjualan yang dicatat selama periode implementasi memperlihatkan peningkatan rata-rata 25% dibandingkan sebelum program, yang secara langsung berdampak pada peningkatan keuntungan usaha. Observasi juga mengindikasikan adanya perbaikan manajemen kerja, berkurangnya kesalahan dalam proses produksi, serta meningkatnya konsistensi kualitas produk yang dihasilkan. Temuan ini menguatkan bahwa program pengabdian tidak hanya berhasil meningkatkan kapasitas teknis, tetapi juga memperkuat daya saing usaha di pasar lokal.



Gambar 1. Rapat Persiapan PKM

Interpretasi dari capaian tersebut menunjukkan bahwa kombinasi antara pelatihan, penerapan teknologi, dan strategi pemasaran digital mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas produksi maupun pemasaran Dapoer Wanda. Peningkatan pengetahuan karyawan sebesar 50 poin persentase menunjukkan efektivitas transfer ilmu pengetahuan yang diberikan, sementara kenaikan penjualan rata-rata 25% mencerminkan keberhasilan integrasi antara efisiensi produksi dan strategi promosi digital. Lebih jauh, keberhasilan program ini juga memberikan nilai tambah berupa peningkatan kepercayaan diri mitra dalam mengelola usaha serta memperluas jaringan konsumen melalui media sosial. Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi keberlanjutan Dapoer Wanda, tetapi juga memperlihatkan model pemberdayaan UMKM kuliner yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Pembahasan

Pencapaian hasil pengabdian masyarakat pada Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda menunjukkan kesesuaian dengan tujuan yang telah ditetapkan sejak awal. Target utama berupa peningkatan kapasitas produksi, pemahaman manajemen usaha, serta perluasan pemasaran digital berhasil dicapai dengan baik. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan pemahaman mitra dari 30% menjadi 80% setelah mengikuti pelatihan, serta peningkatan penjualan sebesar rata-rata 25% pasca intervensi. Namun demikian, beberapa kendala masih ditemui, seperti

keterbatasan adaptasi awal karyawan dalam menggunakan peralatan modern dan rendahnya literasi digital di kalangan staf. Kendala ini diatasi melalui pendampingan intensif, pemberian pelatihan lanjutan, serta pembuatan panduan operasional sederhana yang memudahkan mitra dalam menerapkan teknologi baru. Dengan pendekatan ini, proses transisi menuju manajemen produksi yang lebih efisien dapat berjalan lebih terarah.



Gambar 2. Kegiatan produksi kuliner Dapoer Wanda

Pengaruh kegiatan pengabdian ini terhadap mitra sejalan dengan temuan studi sebelumnya tentang efektivitas penerapan teknologi dan strategi digital marketing bagi UMKM. Penelitian Eviyanti et al. (2025) dan Harefa et al. (2024) menegaskan bahwa penerapan SOP produksi mampu meningkatkan konsistensi produk dan kuantitas produksi UMKM kuliner. Demikian pula, penelitian Apasrawirote et al. (2022), Khrais & Gabbori (2023) dan Nim et al. (2024) membuktikan bahwa digital marketing dapat meningkatkan keterlibatan konsumen sekaligus memperluas pasar. Temuan pada Dapoer Wanda memperkuat literatur tersebut, karena integrasi antara peningkatan teknologi produksi dan pemanfaatan pemasaran digital terbukti mendorong efisiensi usaha sekaligus pertumbuhan omzet. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya berhasil mencapai target lokal, tetapi juga memperlihatkan relevansinya dengan tren akademis dan praktik pemberdayaan UMKM di tingkat nasional.

Kontribusi nyata dari kegiatan ini bagi masyarakat terlihat dari peningkatan kapasitas produksi yang mendukung penciptaan lapangan kerja baru, meningkatnya daya saing produk lokal, serta terbangunnya kesadaran pentingnya pemasaran digital di era kompetitif saat ini. Secara praktis, program ini memberikan implikasi terhadap kebijakan pemberdayaan UMKM, terutama perlunya dukungan berkelanjutan dalam bentuk akses teknologi, pelatihan manajemen, serta fasilitasi pemasaran digital bagi pelaku usaha mikro. Dari sisi akademis, hasil pengabdian ini penting sebagai pengetahuan ilmiah yang menunjukkan model integratif antara penguatan produksi dan strategi pemasaran digital. Model ini dapat direplikasi oleh peneliti dan praktisi lain sebagai pendekatan pemberdayaan UMKM kuliner di berbagai daerah.



Gambar 3. Evaluasi pelaksanaan PKM

Meski demikian, pengabdian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, keterbatasan waktu program membuat evaluasi dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan usaha belum dapat diamati secara menyeluruh. Kedua, belum semua aspek pengelolaan usaha, seperti sistem keuangan digital dan inovasi kemasan produk, dapat dikembangkan secara optimal. Untuk itu, rekomendasi bagi pengembangan selanjutnya adalah perlunya keberlanjutan program melalui kemitraan multi-pihak, termasuk perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan sektor swasta. Selain itu, diperlukan penelitian lanjutan yang fokus pada digitalisasi UMKM secara holistik, mencakup aspek produksi, distribusi, pemasaran, dan manajemen keuangan agar keberlanjutan usaha semakin terjamin.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda di Bagirati, Cakranegara, Lombok berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat manajemen usaha, dan memperluas jangkauan pemasaran melalui digitalisasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra dari 30% menjadi 80% setelah mengikuti pelatihan, serta kenaikan penjualan rata-rata sebesar 25% yang berdampak langsung pada peningkatan keuntungan usaha. Penerapan teknologi tepat guna berupa alat produksi modern dan pengenalan strategi pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi operasional, konsistensi kualitas produk, serta daya saing di pasar lokal. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi keberlanjutan usaha Dapoer Wanda, tetapi juga menjadi model pemberdayaan UMKM kuliner berbasis integrasi teknologi produksi dan pemasaran digital yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Untuk pengabdian selanjutnya, disarankan adanya pendampingan berkelanjutan agar mitra mampu secara mandiri mengembangkan inovasi usaha, khususnya dalam pengelolaan keuangan digital, diversifikasi produk, dan pengembangan desain kemasan yang lebih kompetitif. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah dan kolaborasi multi-pihak sangat diperlukan untuk memperluas akses pasar, meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, serta memastikan keberlanjutan hasil pengabdian dalam jangka panjang. Penelitian lanjutan juga direkomendasikan untuk mengkaji dampak jangka panjang pemberdayaan ini terhadap peningkatan ekonomi lokal, sehingga model yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi lebih luas bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun kebijakan pemberdayaan UMKM secara nasional.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan pendanaan bagi terlaksananya program pengabdian ini. Apresiasi yang tinggi juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Al Azhar Mataram atas bimbingan, fasilitasi, dan koordinasi yang diberikan selama proses pelaksanaan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Kelompok Usaha Kuliner Dapoer Wanda di Bagirati, Cakranegara, Lombok sebagai mitra yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kerjasama yang baik dalam setiap tahapan kegiatan. Dukungan dan kontribusi seluruh pihak telah menjadi faktor penting dalam keberhasilan program pengabdian ini.

Referensi

- Apasrawirote, D., Yawised, K., & Muneesawang, P. (2022). Digital marketing capability: the mystery of business capabilities. *Marketing Intelligence & Planning*, 40(4), 477–496. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2021-0399>
- Eviyanti, V., evanya Sinaga, D., Wali, N., & Shale, S. (2025). Penerapan Standard Operating Procedure pada UMKM Pabrik Tahu UD Sumber Rizky. *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 43–58.
- Gobal, R., & Tasik Allo, Y. (2024). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa. *Bulletin of Community Engagement*, 4(2), 234–238. <https://attractivejournal.com/index.php/bce/>
- Hadi, A., Djaha, A. S. A., & Kellen, P. B. (2023). Noetnana Livestock Farmer Group Capacity Building Strategy in Fatukoa Village By Bank Indonesia Representative Office NTT Province Towards Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Digital 4.0. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 3(3), 204–218. <https://doi.org/10.38142/jtep.v3i3.777>
- Harefa, P. S. I., Mendrofa, M. S. D., Mendrofa, Y., & Baene, E. (2024). Analisis Analisis SOP Proses Produksi untuk Meningkatkan Kuantitas Produksi Keripik Kimpul di UD. Sona Desa Bawadesolo Kecamatan Gunungsitoli Idanoi Kota Gunungsitoli. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 1141–1148. <http://www.irje.org/irje/article/view/1070>
- Khrais, L. T., & Gabbori, D. (2023). The effects of social media digital channels on marketing and expanding the industry of e-commerce within digital world. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences (PEN)*, 11(5), 64. <https://doi.org/10.21533/pen.v11i5.3849>
- Naveed, R. T., Rehmani, M., Khokhar, M. N., Shah, S. R. U., Ali, A., Shahzadi, S., & Irshad, H. (2022). Small and medium-sized enterprises failure in providing workers' rights concerning Sustainable Development Goals-2030 in Pakistan. *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.927707>
- Nim, N., Pedada, K., & Hewett, K. (2024). Digital marketing ecosystems and global market expansion: current state and future research agenda. *International Marketing Review*, 41(5), 872–885. <https://doi.org/10.1108/IMR-04-2024-0108>
- Putri, S. I. L., & Rofila, S. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Rizkita, M. A., Winarno, A., & Suwono, H. (2025). Harnessing Sustainability and Innovation in Micro, Small, and Medium Enterprises: Strategies and Challenges for Competitive Advantage. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 20(6),

- 2627–2638. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.200630>
- Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Singh, S., Singh, G., & Dhir, S. (2024). Impact of digital marketing on the competitiveness of the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 27(2), 109–137. <https://doi.org/10.1080/15378020.2022.2077088>
- Vitsentzatou, E., Tsoulfas, G. T., & Mihiotis, A. N. (2022). The Digital Transformation of the Marketing Mix in the Food and Beverage Service Supply Chain: A Grey DEMATEL Approach. *Sustainability*, 14(22), 15228. <https://doi.org/10.3390/su142215228>
- Wibowo, V., Gautama, I., Kuncoro, E. A., & Bandur, A. (2024). Improving Sustainability in the Small-Medium Culinary Industry: Analyzing the Role of Open Innovation and Competitive Advantage. *Journal of System and Management Sciences*, 14(2), 172–187. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2024.021100235>