

Kumawula, Vol.9, No.2, Agustus 2026, 469 – 481

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v9i2.67033>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

## REVITALISASI PASAR SARWOASRI DAN PARISUKO: PENATAAN LAPAK DAN INOVASI PRODUK KULINER UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN

Iwan Budi Santoso<sup>1\*</sup>, Bagong Pujiono<sup>1</sup>, Iyok Andriyanto<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Surakarta, Indonesia

\*Korespondensi: [iwanbs@isi-ska.ac.id](mailto:iwanbs@isi-ska.ac.id)

### ABSTRACT

*This Community Service program is titled "Revitalization of Sarwoasri and Parisuko Markets: Stall Arrangement and Culinary Product Innovation to Improve the Economy." Culinary markets are crucial to the local economy and serve as community hubs. Revitalizing them restores their function as both economic centers and cultural spaces. This program consists of several stages: analyzing traders' needs, rearranging stalls to make them more strategic and attractive, providing workshop-based digital marketing training, and developing culinary product innovations. The needs analysis identifies the traders' main problems. The stall rearrangement creates a more organized, comfortable, and attractive market environment. The digital marketing training helps traders use social media and digital platforms to promote sales. Culinary product innovation enhances product quality, hygiene, variety, and packaging to better match market preferences, thereby adding value and appeal. These activities lead to significant improvements in market management, product quality, and the traders' marketing skills. Besides providing economic benefits, the revitalization also strengthens local identity by making the market a space for social and cultural interaction. The program increases traders' income in the short term and supports sustainable economic development in the long term. Evaluation and monitoring are conducted regularly to ensure the program's sustainability and to provide recommendations for further market development.*

**Keywords:** Market revitalization; stall arrangement; culinary product innovation; economy

### ABSTRAK

Program kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada pengelolaan pasar kuliner. Pasar kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian lokal serta berfungsi sebagai tempat interaksi sosial dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, revitalisasi pasar kuliner menjadi langkah penting untuk mengembalikan fungsinya, tidak hanya sebagai pusat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang budaya yang mempererat hubungan masyarakat. Program ini dilaksanakan melalui beberapa tahap, antara lain analisis kebutuhan pedagang, penataan kembali lapak yang strategis dan menarik, pelatihan berbasis workshop mengenai pemasaran digital, dan inovasi produk kuliner. Analisis kebutuhan bertujuan untuk mengidentifikasi masalah utama yang

### RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 25/09/2025

Diterima : 07/07/2026

Dipublikasikan : 01/08/2026

dihadapi oleh pedagang, sementara penataan lapak bertujuan menciptakan lingkungan pasar yang lebih teratur, nyaman, dan menarik bagi konsumen. Pelatihan digital marketing dirancang untuk meningkatkan keterampilan pedagang dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai alat promosi penjualan. Inovasi produk kuliner difokuskan pada peningkatan kualitas, kebersihan, variasi, serta kemasan yang sesuai dengan selera pasar, sehingga produk-produk tersebut memiliki nilai tambah dan daya tarik yang lebih tinggi. Berdasarkan survei kepuasan pedagang, observasi di lapangan, dan checklist data pengunjung yang dikelola manajemen pasar, didapati data yang cukup memuaskan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengelolaan pasar, kualitas produk, serta keterampilan pedagang dalam memasarkan produk secara modern. Selain manfaat ekonomi, revitalisasi ini juga berdampak pada penguatan identitas lokal, karena pasar kembali berfungsi sebagai ruang interaksi sosial dan budaya masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan pendapatan pedagang, tetapi juga memberikan kontribusi jangka panjang terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan. Evaluasi dan monitoring dilakukan secara berkala untuk memastikan keberlanjutan program serta merumuskan rekomendasi pengembangan pasar kuliner.

**Kata Kunci:** Revitalisasi; penataan lapak; inovasi produk kuliner; perekonomian

## PENDAHULUAN

UMKM berkontribusi pada penciptaan banyak lapangan kerja baru. Sunarjo dkk. mengatakan bahwa untuk membantu memulihkan perekonomian, maka Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif (Sunarjo et al., 2019). Hal ini sangat penting dan berdampak untuk mengurangi tingkat pengangguran di masyarakat. Bertambahnya peluang kerja, masyarakat memperoleh pendapatan yang lebih baik. Tadjuddin dan Mayasari menguatkan pendapat, bahwa ekonomi kreatif dapat menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, bahkan sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Tadjuddin & Mayasari, 2019).

Bertumbuhnya ekonomi kreatif yang dibangun di lingkungan Kelurahan Banjarsari melalui UMKM dapat memicu tumbuhnya perekonomian. Tentu saja secara tidak langsung berdampak pada peningkatan daya beli dan kualitas hidup mereka. Selain itu, kehadiran UMKM aktif di sektor kuliner memungkinkan masyarakat untuk menikmati

beragam produk yang bervariasi dan berkualitas. Hal ini akan menarik lebih banyak pengunjung ke wilayah tersebut, sehingga mendorong pertumbuhan sektor pariwisata. Sektor wisata dapat tumbuh dan berkembang melalui wisata kuliner, karena kuliner bukanlah sekedar sebagai penunjang dalam pariwisata, melainkan menjadi tujuan utama wisatawan melakukan kegiatan wisata (Kristiana, 2018). Kota Surakarta yang memiliki pendapatan daerah dari sektor pariwisata, melalui UMKM diharapkan menjadi lumbung pendapatan ekonomi yang signifikan. Dalam hal ini pemerintah kota juga melibatkan masyarakatnya dalam membangun UMKM. Seperti halnya Kelurahan Banjarsari Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta, juga ikut terlibat dalam membangun UMKM.

Pemerintah Kelurahan Banjarsari menyadari pentingnya peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian daerah. Sebagai upaya untuk mendukung pengembangan UMKM, pemerintah kelurahan membangun sebuah pasar kuliner di wilayah setempat. Pasar kuliner ini diberi nama Pasar Sarwoasri dan Parisuka. Pasar Sarwoasri dibangun dan diresmikan pada tanggal 23 Oktober 2022 dan Pasar Parisuka dibangun dan diresmikan pada tanggal 28 Oktober 2023. Pendirian pasar

kuliner tersebut, berdasarkan pemikiran Lurah dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (LPMK) melalui kajian. Kajian tersebut sebatas pada proses penampungan para pedagang yang berada di pinggir jalan (pedagang kaki lima) terkhusus warga Kelurahan Banjarsari.

Masyarakat Banjarsari dengan adanya Pasar Sarwoasri dan Parisuka diharapkan dapat menjadi wadah bagi pelaku UMKM di bidang kuliner untuk memasarkan produk-produk mereka. Keberadaan pasar kuliner ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses aneka ragam makanan dan minuman lokal dengan kualitas yang terjamin. Selain itu, pasar ini juga diharapkan dapat menjadi destinasi wisata kuliner bagi warga sekitar maupun pengunjung dari luar daerah, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat Kelurahan Banjarsari.

Pembangunan Pasar Sarwoasri dan Pasar Parisuka melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat setempat. Pemerintah kelurahan berkoordinasi dengan para pelaku UMKM untuk merancang konsep dan tata letak pasar yang sesuai dengan kebutuhan. Pengelolaan ruang pasar secara terpadu dapat diintegrasikan dengan memperhatikan kondisi ekonomi, budaya, dan sosial masyarakat setempat (Martin, 2017). Selain itu, pemerintah juga menyediakan fasilitas pendukung seperti tenda lapak, meja-kursi, area parkir, dan utilitas umum untuk memastikan kenyamanan bagi pengunjung dan pedagang. Namun demikian kedua pasar tersebut saat ini mati suri. Hal ini dikarenakan kurangnya penataan lapak dan kurangnya pengetahuan manajemen pasar.

Pasar Sarwoasri dan Parisuka tidak hanya menjadi pusat kuliner, tetapi juga menjadi wadah bagi pengembangan seni dan budaya masyarakat setempat. Pemerintah Kelurahan Banjarsari berkomitmen untuk memadukan aspek ekonomi dan seni budaya dalam pengelolaan pasar, sehingga dapat menjadi destinasi yang lebih lengkap bagi pengunjung. Berbagai pertunjukan seni dan budaya lokal diharapkan dapat digelar secara rutin di Pasar Sarwoasri dan Parisuka. Misalnya, penampilan

musik daerah, solo keyboard, tari-tarian tradisional, dan seni tradisional lainnya, serta dimungkinkan membuka peluang pasar kerajinan tangan khas Kelurahan Banjarsari. Berharap dengan adanya agenda seni dan budaya yang menarik, pasar kuliner ini dapat menjadi sarana hiburan, dan sekaligus memperkaya pengalaman bagi pengunjung yang datang.

Sinergi antara kuliner dan seni budaya lokal juga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Pasar Sarwoasri dan Parisuka sebagai destinasi wisata. Keberadaan UMKM kuliner Sarwoasri dan Parisuka di Kelurahan Banjarsari, diharapkan yang inovatif dan mampu menghasilkan laba yang lebih besar bagi para pelaku usaha. Namun demikian juga memberikan kontribusi dan dampak positif yang lebih luas bagi perekonomian warga Kelurahan Banjarsari. Sektor kuliner lokal diharapkan berdampak pada meningkatnya popularitas, sehingga ada peluang yang semakin besar untuk mengembangkan merek dan produk daerah yang kuat. Sedangkan sektor seni dan budaya menjadi penopang keberlangsungan pasar kulinernya.

Peran seni dalam membangun ekonomi kreatif UMKM pasar kuliner Sarwoasri dan Parisuka di Kelurahan Banjarsari sangat penting untuk dipahami. Diharapkan dengan peran seni dapat menjadi salah satu pendorong utama inovasi dan diferensiasi produk kuliner warga Kelurahan Banjarsari. Integrasi antara pendampingan strategis dari pemangku kepentingan dan penyediaan ruang usaha yang representatif diyakini mampu meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi dinamika pasar (Susilowati, 2021). Seni tidak hanya hadir dalam bentuk pertunjukan, akan tetapi dapat berperan menghadirkan estetika penyajian makanan, serta juga menciptakan pengalaman unik bagi konsumen. Van Doleweed dan Bruns Alonso mengatakan bahwa seni dalam penyajian makanan meningkatkan pengalaman konsumen yang unik dengan mengintegrasikan bahan-bahan yang mengubah bentuk dan elemen-elemen interaktif, mendorong keterlibatan emosional

dan sensorik, serta mengubah bersantap menjadi perjalanan holistik yang melampaui estetika (Van Doleweerd & Bruns Alonso, 2023). Dengan mengintegrasikan elemen seni, seperti desain kemasan, presentasi makanan, dan penataan tempat usaha, UMKM dapat menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan nilai jual produk.

Selain itu, seni juga berfungsi sebagai media ekspresi budaya lokal, yang dapat memperkuat identitas dan karakter khas dari kuliner Banjarsari. Melalui kolaborasi antara pelaku seni dan pelaku usaha kuliner, pasar Sarwoasri dan Parisuko berpotensi untuk berkembang lebih pesat, menciptakan daya tarik wisata, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

Oleh karena itu, upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan seni dalam sektor kuliner menjadi sangat krusial dalam mendorong pertumbuhan UMKM serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya ekonomi kreatif di masyarakat. Pemanfaatan seni dalam sektor kuliner UMKM tidak hanya memberikan nilai estetika yang menarik, akan tetapi diharapkan mampu menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan. Dengan demikian akan memberikan jaminan bagi keberlangsungan ekonomi kreatif bagi warga Kelurahan Banjarsari di masa depan. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi kreatif di sektor kuliner dan seni budaya menjadi elemen yang sangat penting dalam memperkuat fondasi ekonomi regional.

Pasar Sarwoasri dan Parisuko di Kelurahan Banjarsari menghadapi berbagai permasalahan yang menjadi prioritas untuk segera dibenahi. Berbagai permasalahan bisa segera diatasi, sehingga pasar ini bisa kembali berkembang dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Salah satu masalah utama yang menyebabkan mati surinya pasar ini adalah ketersediaan infrastruktur dan kurangnya promosi dan marketing yang efektif. Masyarakat lebih cenderung mengunjungi pusat kuliner yang lebih modern yang menawarkan kenyamanan. Fasilitas yang ada saat ini jauh dari kata memadai; mulai dari akses jalan yang

seringkali sulit dilalui, tempat parkir yang terbatas, hingga kondisi kebersihan pasar yang kurang terjaga. Hal ini menyebabkan pengunjung merasa tidak nyaman dan enggan mengunjungi pasar.

Keberadaan infrastruktur yang buruk berimbas pada penurunan jumlah pembeli yang datang, dan pada akhirnya berdampak pada penghasilan para pedagang. Jika akses menuju pasar tidak diperbaiki, suasana pasar tidak ditata dengan baik, dan kebersihan lingkungan tidak dijaga, maka pasar Sarwoasri dan Parisuko akan semakin terpinggirkan. Oleh karena itu, pindah lokasi yang strategis dan pembenahan fasilitas menjadi salah satu langkah penting yang perlu segera diambil.

Penataan sarana dan prasarana pendukung yang terencana secara berkelanjutan sangat krusial untuk menciptakan ekosistem usaha yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi lokal (Lantowa et al., 2023). Agar pemilihan lokasi yang baru pasar kuliner dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan mendorong mereka untuk berbelanja di sana.

Di samping masalah infrastruktur, promosi pasar di Sarwoasri dan Parisuko juga menjadi persoalan yang sangat krusial. Diharapkan dengan mengimplementasikan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) menjadi landasan utama, khususnya dalam aspek promosi yang menekankan pada penggunaan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar secara digital (Putra, 2018). Hal ini menuntut pihak pengelola pasar untuk lebih aktif dalam mempromosikan keunikan dan keunggulan produk kuliner lokal yang ditawarkan, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan pasar tersebut. Minimnya informasi keberadaan pasar dan produk yang dijual membuat konsumen tidak memiliki ketertarikan untuk berkunjung. Bahkan, beberapa masyarakat lokal tidak menyadari keberadaan pasar ini, sehingga frekuensi pengunjung semakin menurun. Jika dibandingkan dengan pasar kuliner modern, pasar kuliner Sarwoasri dan Parisuko kurang terlihat di lingkungan masyarakat.

Masalah lainnya, tantangan yang tak kalah penting adalah kurangnya inovasi dan kerjasama antara para pedagang di pasar Sarwoasri dan Parisuko. Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner masih memakai metode tradisional dalam berbisnis. Mereka seringkali enggan beradaptasi dengan tren baru, dan preferensi konsumen yang berubah. Ketidakmampuan untuk mengembangkan produk, melakukan inovasi, dan memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan barang dagangan yang mereka jual. Dengan demikian menjadikan mereka kesulitan dalam bersaing dengan pasar kuliner modern.

Selain itu, kurangnya kolaborasi antar pedagang di pasar mengakibatkan mereka tidak dapat menciptakan kesan pasar yang kompak dan menarik. Sebagai contoh, jika pelaku usaha kuliner saling bekerjasama untuk menyelenggarakan event bersama seperti festival kuliner atau bazar, dampaknya akan lebih besar dalam menarik pengunjung. Adanya pelatihan dan dukungan kepada pedagang guna meningkatkan kualitas produk, serta mendorong mereka untuk melakukan kolaborasi, sehingga pasar Sarwoasri dan Parisuko dapat kembali menarik minat masyarakat dan menghidupkan suasana belanja yang ramai. Upaya ini diharapkan dapat membangkitkan kembali gairah pasar yang sempat menurun, sehingga UMKM kuliner dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Tidak terkelolanya event seni dan budaya di lingkungan pasar sebagai daya tarik pembeli juga menjadi faktor dalam mempromosikan keberadaan pasar. Seni dan budaya diharapkan bisa dihadirkan di tengah pasar agar dapat terintegrasi dengan kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Hadirnya seni dan budaya diharapkan akan membawa dampak positif dalam melestarikan budaya lokal, dan menjadi sarana edukasi bagi masyarakat. Terutama bagi generasi muda, agar lebih memahami dan mencintai warisan budaya mereka.

## METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Kelurahan Banjarsari, dimulai pada bulan April hingga September 2025 dengan fokus pada penguatan ekonomi dan keberlanjutan pasar kuliner lokal yang ditopang dengan kehadiran seni budaya. Metode pelaksanaan mencakup beberapa tahapan penting, masing-masing ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu. Berikut adalah uraian lengkap mengenai metode pelaksanaan yang terdiri dari empat bagian penting.

### Penataan Kembali Lapak Pedagang

#### a. Persiapan Penataan Lokasi

1. Langkah awal setelah pemerintah Kelurahan Banjarsari menetapkan lokasi baru untuk pedagang, tim akan melakukan survei lapangan untuk mengidentifikasi lokasi dan menentukan jumlah pedagang yang akan ditata. Adapun jumlah pedagang yang terlibat dan ditata ulang sebanyak 32 orang, dengan menempati tenda yang disediakan pemerintah Kelurahan Banjarsari. Berdasarkan hasil revitalisasi pedagang pasar lama terdapat 22, kemudian setelah dilakukan pelatihan terdapat 10 pedagang baru. Hal ini juga terkait kesediaan tenda untuk pasar di tempat yang baru. pedagang Tujuan survey lapangan adalah untuk membuat rancangan desain penataan lapak pedagang, tempat duduk pengunjung pasar, tanda/papan nama pasar Sarwoasri dan Parisuko, dan penataan area parkir. Adapun lokasi semula di RW 17 Kelurahan Banjarsari dengan kondisi jalan yang sempit dan sulit diakses. Kemudian dipindah ke RW 18 Kelurahan Banjarsari dengan situasi jalan yang lebih luas dan mudah diakses.
2. Pelaksana kegiatan dan tim pengelola pasar merancang desain penataan lapak pedagang yang memperhatikan aspek kenyamanan, aksesibilitas, dan daya tarik visual. Penataan ini akan meliputi penempatan lapak berdasarkan jenis produk, ruang duduk untuk pengunjung,

penanda/papan nama pasar, dan akses layanan publik.

b. Pelaksanaan Penataan

1. Melibatkan tim pengelola pasar 22 orang perwakilan paguyuban Ketua RW se kelurahan dan 5 orang pegawai Kelurahan Banjarsari, yang kerjasama dengan pedagang untuk melakukan pemasangan dan pembongkaran tenda lapak di lokasi pasar yang baru.
2. Membantu tim pengelola pasar Sarwoasri dan Parisuko dalam pembenahan dan penyediaan fasilitas dasar seperti akses air dan listrik yang diperlukan pedagang.

c. Sosialisasi dan Edukasi

1. Bersama tim pengelola, setelah penataan selesai akan mengadakan pertemuan untuk memberikan informasi kepada pedagang tentang tata cara berjualan yang baik, menjaga kebersihan, dan keselamatan di area pasar.
2. Bersama tim pengelola akan melakukan monitoring selama beberapa minggu pertama untuk memastikan bahwa pedagang mengikuti aturan yang telah disepakati dan melakukan mengevaluasi pelaksanaan pasar.

**Pelatihan dan Workshop Promosi Produk Melalui Platform Digital Marketing**

a. Persiapan Pelatihan

1. Melakukan survei untuk mengetahui tingkat pemahaman pedagang tentang pemasaran digital dan platform yang ada. Hasil survey digunakan untuk menyusun dan menyesuaikan materi pelatihan.
2. Menyusun modul pelatihan yang memuat dasar-dasar digital marketing, termasuk pemanfaatan media sosial, dan strategi iklan online.

b. Pelaksanaan Workshop

1. Workshop akan menggunakan sesi teori diikuti dan praktik langsung. Para pedagang akan belajar cara membuat konten promosi, setting akun media sosial,

serta cara menggunakan platform *e-commerce*.

2. Memperkenalkan studi kasus dan pengalaman sukses dari pelaku pasar lain yang telah berhasil menerapkan pemasaran digital.

c. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Selesai pelatihan, pelaksana dan narasumber memberikan dukungan dan bimbingan untuk membantu pedagang menerapkan ilmu yang diperoleh. Pengawasan berkala akan dilakukan untuk mengevaluasi kemajuan dan memberikan umpan balik.

**Pelatihan dan Workshop Inovasi Pengembangan Produk Kuliner yang Siap Saji**

a. Riset dan Analisis Pasar

Identifikasi dan tren pasar kuliner saat ini di Kota Surakarta sangat bervariasi. Untuk menjadikan daya saing dengan pedagang kuliner, pasar Sarwoasri dan Parisuko perlu melakukan riset untuk memahami tren kuliner terkini, preferensi konsumen, dan jenis produk siap saji yang diminati. Pelaksana dan tim pengelola pasar akan melakukan survei dan wawancara dengan konsumen.

b. Pelaksanaan Pelatihan

1. Pengembangan resep dan inovasi produk kuliner pasar Sarwoasri dan Parisuko. Pelaksana dan tim pengelola pasar akan menghadirkan pakar kuliner untuk memberikan pelatihan pengembangan resep baru yang sesuai dengan selera pasar. Sesi praktik akan diadakan untuk mencoba pembuatan produk baru.
2. Memperkenalkan cara penyajian produk yang menarik dan kemasan yang sesuai untuk menarik minat konsumen. Hal ini juga mencakup pembelajaran tentang keamanan dan kualitas bahan makanan.

**Pendampingan Tata Kelola Pasar dengan Manajemen Pasar**

a. Pemetaan Kebutuhan Pasar

1. Melakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi

- oleh pedagang dan pengunjung pasar secara random sebanyak 20 orang. Penilaian ini dapat mencakup fasilitas, keamanan, dan pelayanan.
2. Mengadakan forum diskusi dengan pedagang, pengunjung, dan pihak terkait lainnya untuk mendapatkan masukan langsung mengenai kondisi pasar.
- b. Pengembangan Rencana Tata Kelola
1. Berdasarkan hasil pemetaan, menyusun rencana kerja yang jelas dan terstruktur untuk meningkatkan tata kelola pasar. Rencana ini harus mencakup tujuan, strategi, dan langkah-langkah implementasi.
  2. Menyusun kebijakan yang mendukung pengelolaan pasar, termasuk peraturan tentang kebersihan, keamanan, dan tata tertib di pasar.
- c. Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas
1. Mengadakan pelatihan untuk pengelola pasar tentang manajemen, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Ini membantu meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola pasar secara efektif.
  2. Menawarkan workshop bagi pedagang tentang praktik bisnis yang baik, pemasaran, dan pengelolaan keuangan untuk meningkatkan kualitas usaha mereka.
- d. Implementasi Sistem Manajemen
1. Mengembangkan sistem informasi manajemen yang memudahkan pengelola dalam mengawasi kegiatan pasar, termasuk penjadwalan, pengelolaan inventaris, dan pengumpulan data penjualan.
  2. Membuat mekanisme pemantauan dan evaluasi untuk menilai efektivitas rencana dan kebijakan yang diterapkan. Ini termasuk pengumpulan data secara berkala untuk analisis.
- e. Peningkatan Fasilitas Pasar
1. Mengidentifikasi dan melaksanakan perbaikan infrastruktur pasar, seperti sanitasi, aksesibilitas, dan fasilitas umum (toilet, tempat sampah, area istirahat).
  2. Menyediakan ruang atau area khusus bagi pedagang untuk mempromosikan produk mereka, seperti pameran atau bazaar.
- f. Penguatan Komunikasi dan Kerjasama
1. Membangun jaringan antara pedagang, pengelola pasar, dan komunitas lokal untuk meningkatkan komunikasi dan kerjasama dalam pengembangan pasar.
  2. Mengadakan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan dan keamanan pasar, serta mendukung produk lokal.
- g. Evaluasi dan Umpan Balik
1. Mengadakan sesi evaluasi dengan pedagang dan pengunjung untuk mendapatkan umpan balik mengenai perubahan yang telah dilakukan dan mencari tahu area yang masih perlu diperbaiki.
  2. Mengadakan rapat berkala antara pengelola, pedagang, dan pihak terkait untuk mendiskusikan kemajuan, tantangan, dan rencana tindak lanjut.

### **Seni dan Budaya Sebagai Penopang Kehidupan Pasar**

- a. Perencanaan dan Penjadwalan
1. Pasar menetapkan hari dan waktu tertentu untuk pertunjukan seni, seperti akhir pekan atau hari-hari khusus. Hal ini membantu pengunjung mengetahui kapan mereka dapat menikmati pertunjukan secara konsisten.
  2. Pertunjukan direncanakan berlangsung antara 30 hingga 60 menit, dengan jeda di antara pertunjukan untuk memberi kesempatan bagi pengunjung berpindah tempat, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih fleksibel.
- b. Kolaborasi dengan Seniman Lokal
1. Pasar membuka kesempatan bagi seniman lokal, baik individu maupun kelompok, untuk berpartisipasi. Pendaftaran dapat

- dilakukan melalui pengumuman di media sosial atau papan pengumuman, memfasilitasi keterlibatan komunitas.
2. Mengadakan audisi untuk memilih penampil yang berkualitas dan beragam, memastikan bahwa pertunjukan memiliki tingkat kualitas yang baik dan menarik bagi penonton.
- c. Penataan Lokasi Pertunjukan
1. Menyiapkan area khusus di pasar yang berfungsi sebagai panggung, yang harus mudah diakses dan cukup luas untuk menampung penampil serta penonton.
  2. Memastikan adanya fasilitas seperti sound system, pencahayaan yang baik, dan tempat duduk yang nyaman bagi penonton, mendukung kelancaran pertunjukan.
- d. Promosi Pertunjukan
1. Mempromosikan jadwal dan detail pertunjukan melalui platform media sosial untuk menjangkau lebih banyak pengunjung, dengan konten seperti video teaser dan informasi tentang seniman.
  2. Mengedarkan spanduk dan poster di sekitar pasar dan area strategis lainnya untuk memberikan pengingat kepada pengunjung tentang pertunjukan yang akan datang.
- e. Keterlibatan Komunitas
1. Mengajak sekolah-sekolah lokal untuk berpartisipasi dalam pertunjukan, memberikan kesempatan bagi siswa untuk tampil dan menarik keluarga mereka ke pasar.
  2. Menyediakan sesi di mana pengunjung dapat ikut serta, seperti belajar langkah tari atau berpartisipasi dalam permainan, meningkatkan keterlibatan dan kesenangan.
- f. Evaluasi dan Umpan Balik
1. Mengumpulkan umpan balik dari pengunjung setelah setiap pertunjukan, baik melalui kuesioner atau diskusi langsung, untuk memahami preferensi dan area yang perlu diperbaiki.

2. Mengadakan rapat berkala dengan seniman dan pengelola pasar untuk mendiskusikan hasil dan tantangan dari pertunjukan, serta merencanakan kegiatan mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini berupa pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner, yang akan dipasarkan di Pasar Sarwoasri dan Parisuka. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masyarakat Kelurahan Banjarsari dilakukan melalui peningkatan kompetensi pelaku usaha kuliner, bertujuan untuk meningkatkan pendapatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Hasil dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Banjarsari adalah terbentuknya pasar kuliner yang difasilitasi dalam wadah Pasar Sarwoasri dan Parisuka, yang buka pada malam hari. Langkah-langkah untuk mencapai tujuan dalam membangun UMKM di Kelurahan Banjarsari dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Berikut uraian hasil dan pembahasan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Banjarsari.

### Penataan kembali lapak pedagang

Penataan ulang lapak dilakukan oleh tim khusus yang dibentuk oleh pemerintah Kelurahan Banjarsari. Tim pelaksana PKM menjadi pelatih dan sekaligus mendampingi kerja tim khusus yang dibentuk lurah. Tim Khusus selanjutnya berkoordinasi dengan lingkungan dan pemerintah kelurahan Banjarsari untuk menetapkan lokasi pasar baru. Survei lapangan mendukung penentuan tata letak yang strategis, pengelompokan produk sesuai jenis, penyediaan papan penanda, hingga ruang duduk untuk pengunjung. Hasil penataan oleh tim khusus didapati pasar menjadi lebih bersih, rapi, dan nyaman. Dengan demikian para pengunjung merasa lebih betah belanja dan bersantap sajian kuliner yang dijual pedagang.

Penataan fisik Pasar Sarwoasri dan Parisuko Kelurahan Banjarsari merupakan aspek fundamental revitalisasi. Pasar kuliner UMKM masyarakat Kelurahan Banjarsari yang sebelumnya kurang aktif karena lokasi yang kurang strategis, berpotensi bertransformasi menjadi ruang publik yang lebih tertib dan menarik dengan relokasi ke lokasi yang baru. Revitalisasi pasar tradisional, termasuk melalui relokasi, bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kenyamanan pasar, serta menjadikannya ruang publik yang lebih baik (Tampubolon et al., 2024). Penataan yang baik juga berdampak pada psikologis konsumen yang merasa aman dan nyaman, sementara pedagang memperoleh lingkungan usaha yang lebih profesional. Selain itu, tata ruang yang jelas meningkatkan efisiensi transaksi. Pedagang lebih mudah dikenali berdasarkan jenis dagangannya, sementara konsumen lebih cepat menemukan produk yang dicari. Dengan demikian, pasar bukan hanya tempat jual beli, tetapi juga ruang sosial-ekonomi yang memiliki daya tarik kompetitif dibanding pusat kuliner modern.



**Gambar 1. Penataan lapak pedagang kuliner Pasar Sarwoasri dan Parisuko**  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

#### **Pelatihan dan workshop digital marketing**

Untuk mencapai target penjualan di pasar kuliner Sarwoasri dan Parisuko adalah mengadakan pelatihan dan workshop digital marketing. Pada kegiatan pelatihan dan workshop digital marketing, pelaksanaannya dilakukan di aula Kelurahan Banjarsari dengan

peserta berjumlah 50 orang pengusaha kuliner dari warga kelurahan. Adapun pelaksanaannya dilakukan pada bulan September- Oktober 2025 setelah para peserta menghasilkan produk kuliner hasil pelatihan. Hasil pelatihan pada para pedagang digunakan sebagai alat untuk mempromosikan dagangan melalui platform digital. Pada sesi praktik, pedagang dilatih membuat akun bisnis, mengunggah foto produk, menulis deskripsi, hingga menggunakan fitur iklan. Hasil nyata terlihat ketika beberapa pedagang mampu membuat konten digital berupa leaflet yang diunggah di media sosial. Berikut contoh hasil pelatihan berupa leaflet yang didesain pedagang.

Digital marketing menjadi solusi adaptif bagi perubahan perilaku konsumen di era Society 5.0 yang serba digital. Hal ini sependapat dengan pemikiran Prasetyo dan kawan-kawan, bahwa transformasi digital akan membawa perubahan signifikan dalam kehidupan, menghadirkan peluang baru sekaligus tantangan, termasuk perubahan dalam pola kerja (Prasetyo et al., 2025). Jika sebelumnya promosi UMKM terbatas pada interaksi tatap muka, kini digital marketing membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas. Digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih besar dan memperkuat brand mereka dengan memanfaatkan platform digital (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Hasil pelatihan dan workshop menunjukkan perlunya pendampingan berkelanjutan agar transformasi digital benar-benar optimal. Meski begitu, capaian awal menunjukkan adanya perubahan paradigma bahwa pasar kuliner Sarwoasri tidak lagi terikat hanya pada transaksi tatap muka, tetapi juga bisa berkompetisi di ruang digital.



**Gambar 2. Leaflet promosi melalui platform digital**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

### **Pelatihan dan workshop inovasi kuliner**

Pelatihan ini berfokus pada pengembangan menu baru, peningkatan standar kebersihan, perbaikan teknik pengemasan, dan peningkatan estetika penyajian. Pelaksanaan pelatihan bertempat di aula Kelurahan Banjarsari yang diikuti oleh 50 orang peserta dari warga pengusaha UMKM bidang kuliner. Adapun pelatihan dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2025. Pada kegiatan pengembangan, diperlukan adanya pemetaan dan segmentasi pembeli, agar kuliner yang dipasarkan nanti dapat diminati konsumen dari beberapa kalangan usia. Pemetaan dan segmentasi dilakukan berdasarkan kondisi pasar yang mencakup berbagai pembeli dengan kebutuhan berbeda (Wisnubroto & Yulianto, 2025). Oleh karena itu, pemilik usaha sebaiknya merancang produk sesuai dengan target pasar.

Hasilnya, beberapa pedagang dapat menciptakan produk kuliner dengan kemasan modern yang tetap mempertahankan cita rasa lokal, sehingga menarik bagi konsumen muda yang menghargai tampilan menarik dan kepraktisan. Selain itu, inovasi menu juga menyasar kalangan remaja dengan tetap memperhatikan standar kesehatan. Inovasi kuliner menjadi strategi penting dalam

diferensiasi produk (Nikmah & Siswahyudianto, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa inovasi produk, termasuk dalam variasi rasa, bentuk, dan pengemasan, dapat meningkatkan daya saing UMKM kuliner (Ambarini et al., 2024).

Dalam konteks pasar Sarwoasri dan Parisuko, keunikan kuliner lokal yang dikemas secara modern menjembatani preferensi konsumen generasi milenial dan Gen Z yang peduli pada tampilan produk. Lebih jauh, inovasi kuliner juga menjadi bagian dari cultural branding, yakni bagaimana identitas lokal dikemas agar relevan dengan pasar modern (Holt, 2004). Produk kuliner lokal yang dikemas baik bukan hanya meningkatkan nilai ekonomi, tetapi juga menjaga kelestarian budaya. Dengan kata lain, kuliner pasar Sarwoasri dan Parisuko tidak hanya bersaing dari segi harga, tetapi juga dari nilai simbolik dan pengalaman konsumen.



**Gambar 3. Hasil pelatihan produk inovasi masakan pedagang Pasar Sarwoasri dan Parisuko**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

### **Pendampingan tata kelola pasar**

Pendampingan dilakukan oleh tim pelaksana PKM selama empat bulan, mencakup manajemen operasional, pencatatan keuangan sederhana, strategi pemasaran kolektif, serta pelayanan pelanggan. Pedagang diberi pemahaman bahwa keberhasilan pasar tidak dapat diserahkan hanya pada pemerintah, tetapi memerlukan kolaborasi semua pihak. Hasilnya, pedagang mulai terbiasa mencatat

pemasukan dan pengeluaran, serta terbentuk kesadaran kolektif untuk menjaga citra pasar.

Pendampingan para pedagang pasar Sarwoasri dan Parisuko untuk melakukan penataan manajemen yang baik. Manajemen yang dimaksud adalah tata kelola pasar, hal ini memperlihatkan pentingnya pengelolaan pasar yang partisipatif. Organisasi yang sehat membutuhkan partisipasi aktif anggota agar keputusan manajerial efektif dijalankan (Robbins & Judge, 2013). Partisipasi aktif dari anggota organisasi penting karena dapat meningkatkan rasa memiliki dan komitmen terhadap organisasi, yang pada akhirnya berkontribusi pada efektivitas implementasi keputusan manajerial (Barr & Steinberg, 1983). Partisipasi ini juga dapat meningkatkan kepuasan kerja dan sikap positif terhadap organisasi (Barr & Steinberg, 1983).

Dalam konteks pasar, kolaborasi pedagang, pengelola, dan pemerintah kelurahan menciptakan *sense of belonging* sehingga pedagang lebih bertanggung jawab terhadap keberlangsungan pasar. Selain itu, pencatatan keuangan sederhana memberi pedagang gambaran riil kondisi usahanya. Hal ini penting untuk pengambilan keputusan, misalnya kapan harus menambah stok, berinvestasi dalam kemasan, atau mengikuti tren promosi. Adanya sistem tata kelola yang terstruktur, pasar tidak hanya berjalan spontan, tetapi memiliki arah pengembangan yang lebih jelas.



**Gambar 4. Pendampingan dan pelatihan tata kelola pasar Sarwoasri dan Parisuko**  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

### **Seni dan budaya sebagai penopang kehidupan pasar**

Hasil pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) di Kelurahan Banjarsari menunjukkan bahwa revitalisasi Pasar Sarwoasri dan Parisuko tidak hanya meningkatkan tata kelola lapak dan inovasi produk kuliner, tetapi juga berpengaruh pada aspek sosial budaya masyarakat. Kegiatan ini juga melibatkan seni dan budaya lokal sebagai daya tarik. Hal ini terbukti mampu menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung dan berinteraksi di pasar. Kehadiran seni dan budaya, seperti pertunjukan musik live dan seni tradisi lainnya, menciptakan suasana pasar yang lebih hidup dan meriah. Kehadiran seni dan budaya memberikan nilai tambah dibandingkan pasar kuliner lainnya. Akibatnya, jumlah pengunjung meningkat, yang berdampak positif pada penjualan produk kuliner dan aktivitas ekonomi para pedagang.

Lebih jauh lagi, keterlibatan seni dan budaya dalam pasar ini berfungsi strategis untuk menjaga dan melestarikan budaya lokal. Seni dan budaya yang ditampilkan tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi bagi masyarakat, terutama generasi muda, agar lebih memahami dan mencintai warisan budaya mereka. Dengan demikian, revitalisasi pasar melalui PKM ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga berhasil mengintegrasikan nilai budaya dalam setiap aktivitasnya. Pasar yang sebelumnya sepi kini bertransformasi menjadi ruang interaksi sosial yang menghubungkan ekonomi kreatif dengan pelestarian budaya. Kombinasi penataan lapak, inovasi kuliner, seni, dan budaya menjadikan kegiatan PKM di Kelurahan Banjarsari sebagai model pengembangan masyarakat berkelanjutan. Dengan demikian akan mampu menyentuh berbagai aspek penting: ekonomi, sosial, seni, dan budaya secara bersamaan.



**Gambar 5. Pertunjukan seni wayang golek di area pasar Sarwoasri dan Parisuko**  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Secara keseluruhan, kegiatan PKM menunjukkan bahwa revitalisasi pasar tradisional memerlukan pendekatan integratif dengan kegiatan: Penataan fisik meningkatkan citra dan kenyamanan. Digital marketing memperluas jangkauan konsumen. Inovasi kuliner memperkuat daya saing produk lokal. Tata kelola partisipatif menjamin keberlanjutan pasar.

Kelima aspek ini saling berintegrasi dan menciptakan suatu ekosistem yang mendukung kebangkitan pasar kuliner di Kelurahan Banjarsari. Akibatnya, Pasar Sarwoasri dan Parisuko tidak hanya kembali berfungsi sebagai pusat jual beli, tetapi memiliki potensi untuk berkembang menjadi pusat ekonomi kreatif yang berbasis pada kekayaan kuliner dan budaya setempat. Sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan akademisi dalam kerangka *triple helix* menjadi pondasi utama dalam memperkokoh keberlanjutan pasar, sekaligus menjadi contoh model pemberdayaan pasar tradisional di era modern (Zainol et al., 2022). Model *triple helix* ini menekankan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan sektor usaha lokal dalam membangun ekosistem inovasi yang berkelanjutan (Udiyasa, 2023).

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan di Kelurahan Banjarsari menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis kuliner yang difasilitasi melalui Pasar

Sarwoasri dan Parisuka dapat menjadi penggerak utama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal ini juga memperkuat rasa persatuan, gotong royong, dan identitas budaya lokal. Melalui berbagai kegiatan yang terencana sesuai jadwal, kegiatan yang dilakukan adalah penataan lapak, pelatihan digital marketing, inovasi produk kuliner, dan pendampingan manajemen pasar. Para pelaku UMKM kuliner mendapatkan bekal yang lebih baik untuk mengelola usaha mereka secara profesional. Pelatihan digital marketing memungkinkan produk kuliner lokal menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial dan platform online, sementara inovasi dalam pengolahan dan penyajian kuliner meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Hasil kegiatan dan pelaksanaan PKM di Kelurahan Bajarsari mampu memberikan dampak nyata yang berkelanjutan terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha, tata kelola pasar, dan citra positif UMKM dalam masyarakat.

Keberhasilan kegiatan dan pelaksanaan PKM ini menjadi kebangkitan serta semangat kolektif masyarakat dalam menghidupkan pasar kuliner yang sebelumnya sepi. Pasar Sarwoasri dan Parisuka kini berfungsi tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan budaya yang memadukan elemen ekonomi kreatif, seni pertunjukan, dan kuliner lokal. Integrasi antara aspek budaya dan ekonomi kreatif menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM tidak hanya berfokus pada peningkatan pendapatan, tetapi juga berperan dalam pelestarian nilai budaya dan penguatan identitas daerah. Dengan demikian, revitalisasi pasar berbasis UMKM dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, di mana aspek ekonomi, sosial, seni, dan budaya saling terhubung untuk menciptakan ekosistem lokal yang adaptif, partisipatif, dan kompetitif di tengah tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarini, L., Trisnawati, N., & Marhalinda, M. (2024). Inovasi Produk Pada UMKM Bisnis Kuliner Di Pasar Pagi Pejuang Bekasi. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(1), 258–264.
- Barr, J. K., & Steinberg, M. K. (1983). Professional Participation In Organizational Decision Making: Physicians In HMOs. *Journal of Community Health*, 8(3), 160–173.
- Febriyantor, 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.
- Holt, D. B. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. harvard business press.
- Kristiana, Y. (2018). Aplikasi Perjalanan dan Perilaku Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.2022>
- Lantowa, J., Harun, R., & Monoarfa, V. (2023). PKM Pelaku UMKM Melalui Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan Digital Marketing di Desa Yosonegoro. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1), 92–109. <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i1.636>
- Martin, I. (2017). Penerapan Kebijakan Zonasi Dalam Penataan Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Bandung (Suatu Tinjauan Yuridis dari Perspektif Otonomi Daerah). *Jurnal Wawasan Yuridika*, 1(2), 107. <https://doi.org/10.25072/jwy.v1i2.131>
- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82.
- Prasetyo, E., Firdiyani, F., & Machrunnisa, M. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Karangtengah Dalam Menghadapi Transformasi Digital: Implementasi Smart Village. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 78–92.
- Putra, A. H. (2018). PERAN UMKM DALAM PEMBANGUNAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KABUPATEN BLORA. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). Organizational Behavior, 15th. *Shahrivar*, 13, 1393.
- Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Ardianingsih, A. (2019). Analisis SWOT Sebagai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Destinasi Pariwisata Batik Kota Pekalongan. *Jurnal Pena*, 33(2), 34–43.
- Susilowati, I. H. (2021). Bauran Pemasaran UMKM Sektor Kuliner Kota Bogor Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 282. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.9416>
- Tadjuddin, & Mayasari, N. (2019). Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif di kota palopo. *Dinamis- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(1), 9–22.
- Tampubolon, H., Indriani, D., & Karsono, B. (2024). Pola Pemanfaatan Ruang Pada Pasar Tradisional Balige. *Jurnal MESIL (Mesin Elektro Sipil)*, 5(1), 50–58.
- Udiyasa, K. (2023). Kolaborasi Triple Helix dalam Program Inovasi Desa: Mendorong Ekonomi Berbasis Pengetahuan di Desa Poka, Kota Ambon. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 18(1), 32–49.
- Van Doleweerd, E., & Bruns Alonso, M. (2023). The Creation of a Holistic Interactive Dining Experience with Shape-Changing Food Materials at Restaurant Alchemist. *Proceedings of the Seventeenth International Conference on Tangible, Embedded, and Embodied Interaction*, 1–13. <https://doi.org/10.1145/3569009.3572791>
- Wisnubroto, M. P., & Yulianto, K. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Business Model Canvas pada Usaha Konveksi Johor Production Kota Medan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 58–67.
- Zainol, R., Roslan, F. F., Azali, N. S., Rosni, N. A., & Chang, L. W. (2022). Triple Helix Model In Handling Challenges to The Informal Economic Activities. *Planning Malaysia*, 20.