

## **SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN DAN PENGAWASAN KEBERSIHAN PRODUK PEMPEK DI TANGGO RAJO CINDO PALEMBANG**

<sup>1</sup>Sutinah, <sup>2</sup>Arif Rahman Hakim, <sup>3</sup>Diah Putri Islamy, <sup>4</sup>Samsul MK, <sup>5</sup>Kurnia Nuraina, <sup>6</sup>Ahmad Fajri

<sup>1345</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Stisipol Candradimuka

<sup>2</sup>Program Studi Magister Ilmu Administrasi Publik

<sup>6</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Stisipol Candradimuka

\*E-mail : sutina08@yahoo.co.id

### **ABSTRAK**

Program KKN-Tematik STISIPOL *Sustainable Tourism 2024* salah satunya berfokus pada pengembangan wisata kuliner di Palembang, khususnya pempek, yang tidak hanya terkenal secara nasional tetapi juga menarik wisatawan mancanegara. Pempek sebagai ikon budaya Palembang memiliki peran penting dalam menarik wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Meskipun UMKM pempek telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Palembang, mereka masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam aspek pemasaran digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi tentang digital marketing kepada pelaku UMKM pempek di Kampung Kreatif Tanggo Rajo Cindo, Kelurahan 7 Ulu Palembang. Selain pemasaran, program ini juga menyoroti pentingnya pengawasan kebersihan dalam pengolahan produk kuliner sesuai dengan standar hygiene dan sanitasi yang berlaku. Metode pelaksanaan program ini meliputi survei awal untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi UMKM, sosialisasi tentang pemasaran melalui media sosial dan kebersihan dalam pengolahan pempek. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dan pentingnya kebersihan dalam menjaga kualitas produk. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM pempek di Kelurahan 7 Ulu Palembang dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

**Kata kunci** : Sosialisasi, Media Sosial, Kebersihan, Produk Kuliner, Pempek.

### **ABSTRACT**

*The STISIPOL Thematic Community Service Program on Sustainable Tourism 2024 focuses on the development of culinary tourism in Palembang, particularly pempek, which is not only renowned nationally but also attracts international tourists. Pempek, as a cultural icon of Palembang, plays a significant role in attracting tourists and boosting the local economy. Although pempek MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) have contributed significantly to Palembang's economy, they still face various challenges, especially in the aspect of digital marketing. This community service program aims to*

*provide socialization on digital marketing to pempek MSME actors in Kampung Kreatif Tanggo Rajo Cindo, 7 Ulu Village, Palembang. Besides marketing, the program also highlights the importance of hygiene supervision in the processing of culinary products in accordance with applicable hygiene and sanitation standards. The program's implementation methods include an initial survey to identify the challenges faced by MSMEs, socialization on marketing through social media, and cleanliness in pempek processing. The results of this activity show an increased understanding among MSME actors of the use of social media as a marketing tool and the importance of cleanliness in maintaining product quality. Therefore, this program is expected to enhance the competitiveness of pempek MSMEs in 7 Ulu Village, Palembang, and promote more.*

**Keywords:** *Socialization, Social Media, Cleanliness, Culinary Products, Pempek.*

---

## **Pendahuluan**

Pariwisata memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, dengan fokus utama seringkali pada daerah seperti Jawa, Bali, dan bagian timur Indonesia. Namun, Palembang di Sumatera Selatan, yang lebih dikenal karena sumber daya alamnya, sebenarnya juga memiliki potensi wisata yang besar, terutama dalam sektor kuliner. Pengembangan pariwisata yang efektif di Palembang, seperti melalui program KKN-Tematik STISIPOL *Sustainable Tourism* tahun 2024, bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Wisata kuliner pempek adalah salah satu daya tarik utama di Palembang, tidak hanya terkenal secara nasional tetapi juga menarik wisatawan mancanegara. Pempek, yang merupakan bagian dari warisan budaya Palembang, menawarkan lebih dari sekadar makanan, serta menjadi ikon budaya dan daya tarik wisata yang signifikan.

Pempek merupakan salah satu kuliner khas dari Palembang yang sudah dikenal di seluruh Indonesia, khususnya di Sumatera Selatan. Pempek terbuat dari campuran daging ikan giling, tapioka, air, dan bumbu-bumbu, yang biasanya disajikan dengan kuah cuko. Rasa yang dihasilkan merupakan perpaduan harmonis antara rasa asin, pedas, dan gurih (Warga dalem, yang dikutip oleh Wasino, and Yulifar 2023).

Salah satu lokasi kuliner pempek Palembang berada di Kelurahan 7 Ulu, bernama Kampung Kreatif Pempek Tanggo Rajo Cindo. Selain menjadi surga bagi pecinta kuliner, Kampung ini juga memainkan peran penting dalam melestarikan budaya Palembang. Para pengunjung dapat menyaksikan langsung proses pembuatan pempek tradisional, mulai dari menggiling ikan, mencampurnya dengan tepung dan bumbu, hingga membentuknya menjadi berbagai jenis pempek (Febriansyah 2024)

UMKM pempek, yang sering dimulai dari skala kecil dan melibatkan keluarga, berperan penting dalam perekonomian lokal. Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan dalam pengetahuan pasar dan strategi pemasaran, Seiring dengan perkembangan teknologi, keterbatasan dalam penjualan produk secara konvensional menjadi kurang efektif. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengubah strategi dengan memanfaatkan penjualan online melalui media sosial. Di era teknologi yang semakin maju, penggunaan media sosial semakin berkembang di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk di Kota Palembang.

Salah satu strategi pemasaran yang cocok dengan kondisi perekonomian saat ini adalah digital marketing. Platform yang sering digunakan untuk kegiatan digital marketing adalah media sosial seperti facebook, Instagram, whatsapp, twitter dan sebagainya yang memiliki karakteristik tertentu yang memiliki peluang bagi para pelaku bisnis untuk bisa memasarkan atau menawarkan produk barang/jasa.(Harahap, Dewi, and Ningrum 2021)

Para pelaku UMKM pempek masih banyak yang mendapatkan kendala, masih minimnya pengetahuan terhadap *digital marketing* dan *electronic commerce (e-commerce)*. Potensi pemanfaatan *digital marketing* ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan *digital marketing* ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi.(Tresnawati and Prasetyo 2022)

Selain kendala menggunakan media sosial dalam pemasaran, UMKM di RW 12 Kelurahan 7 Ulu ini juga masih perlu diberikan pengetahuan tentang kebersihan dalam mengelola makanan terutama pempek. Walaupun kampung pempek ini berada di pinggiran Sungai Musi, tetap utamakan kebersihan. Jika kebersihan terwujud maka akan muncul rasa nyaman dari wisatawan yang berkunjung ke kampung pempek. Hal berikutnya adalah keindahan dan keamanan. Apabila ketiga hal itu terpenuhi bukan tak mungkin wisata kampung kreatif ini bisa memberikan dampak ekonomi bagi warga.(Tim Media Dinas Kominfo Provinsi Sumsel 2021)

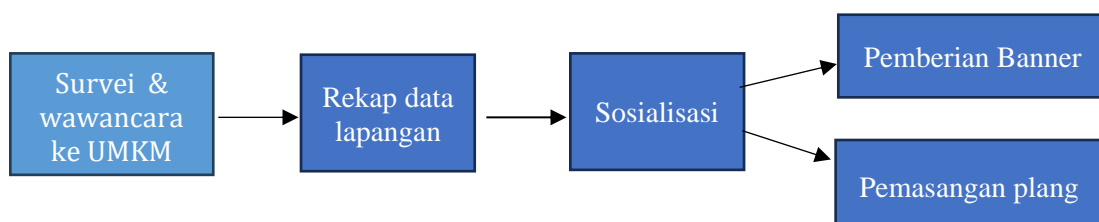
Upaya higiene dan sanitasi makanan pada dasarnya meliputi orang yang menangani makanan, tempat penyelenggaraan makanan, peralatan pengolahan makanan, penyimpanan makanan dan penyajian makanan.(Annas et al. 2021)

Peraturan perundang-undangan di Indonesia yang mengatur tentang higiene dan sanitasi mencakup beberapa regulasi, antara lain: UU No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan, yang dalam Bab II Bagian Pertama mengatur sanitasi pangan pada pasal 4 hingga 8. (Indonesia 1996)

Penjelasan lebih rinci mengenai pasal-pasal tersebut dapat ditemukan dalam PP No. 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan. Untuk industri makanan siap saji, standar higiene dan sanitasi yang diatur dalam Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 715/Menkes/SK/V/2003 tentang Persyaratan Higiene Sanitasi Jasa Boga. Masyarakat perlu dilindungi dari makanan dan minuman yang dikelola usaha jasaboga yang tidak memenuhi persyaratan hygiene sanitasi, agar tidak membahayakan kesehatan. (Indonesia 2003)

### Metode Pelaksanaan

Kegiatan pendampingan kepada UMKM pempek di Kelurahan7 Ulu terdiri dari beberapa tahapan, yang dapat dilihat pada bagan berikut :



**Gambar 1.** Bagan Alur Kegiatan Pengabdian di Kampung Kreatif Tanggo Rajo Cindo

- a. Kegiatan pendampingan dalam program pengabdian masyarakat dimulai dengan melakukan survei terhadap pembuat dan penjual makanan, khususnya pempek. Survei dan wawancara tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi UMKM dalam proses produksi dan pemasaran produk mereka. Kampung Kreatif Tanggo Rajo Cindo di RW 12 Kelurahan 7 Ulu didominasi oleh pembuat dan pedagang pempek.
- b. Tahap selanjutnya adalah merekap hasil survei dan wawancara dengan para pelaku UMKM pempek. Dari hasil tersebut, ditemukan bahwa banyak pemilik UMKM pempek kurang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Meskipun UMKM pempek di Kampung Kreatif Pempek Tanggo Rajo Cindo telah memiliki akun Instagram bersama, hanya Bu Minah yang aktif memposting kegiatan pempek. Akibatnya, usaha pempek Bu Minah yang dikenal dengan nama “pempek minah” menjadi lebih terkenal dibandingkan usaha pempek lainnya di kampung tersebut. Tim pengabdian kemudian mengidentifikasi masalah utama, yaitu promosi yang masih dilakukan secara konvensional melalui pembukaan lapak dan promosi dari mulut ke mulut. Metode ini membatasi jangkauan pemasaran dan penjualan produk. Akibatnya, bisnis UMKM pempek tidak mengalami perkembangan yang signifikan, yang berdampak pada pendapatan yang stagnan, jumlah produk yang terjual tidak meningkat, dan wilayah pemasaran yang tetap sempit. Selain itu, biaya operasional untuk promosi dan penjualan produk menjadi lebih tinggi. Setelah diketahui apa yang menjadi hambatan pelaku UMKM terutama pempek, maka diputuskan untuk melakukan Sosialisasi dengan tema “ **Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Pempek**” pada tanggal 27 Juli 2024 berlokasi di rumah kediaman RW 12. Sosialisasi ini mencakup materi cara memilih dan memanfaatkan media sosial agar dapat digunakan sebagai alat bantu pemasaran digital yang efektif, sehingga dapat membantu para pelaku UMKM pempek memperluas wilayah promosi dan meningkatkan penjualan produk. Selain sosialisasi tentang sarana digital untuk pemasaran, juga memberikan “ **sosialisasi Pengawasan Kebersihan Produk Pempek**”, materi Sosialisasi disampaikan oleh staf Puskesmas Kelurahan 7 Ulu Palembang.
- c. Setelah dilakukan sosialisasi kepada para pelaku UMKM, banner diberikan kepada pembuat dan penjual pempek “Tinah”. Di depan Lorong Kenduruan, yang merupakan salah satu akses menuju lokasi pembuatan pempek, dipasang plang nama lorong dan keterangan sentra pempek.

### **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan sosialisasi dengan tema “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran dan Pengawasan Kebersihan Produk Pempek” pada tanggal 27 Juli 2024 berlokasi di rumah kediaman RW 12. Narasumber pada seminar ini Ibu Minah pemilik usaha Pempek Minah dan Ibu Ida SKM., M.Kes perwakilan dari Puskesmas 7 Ulu Bidang Kesehatan Lingkungan.

Peserta yang hadir merupakan pemilik UMKM, dengan dominasi usaha pempek. Acara ini juga dihadiri Bapak M.Azli Febiansyah, S.STP, Sekretaris Camat Seberang Ulu I dan staf kelurahan 7 Ulu Palembang. Acara dimulai pukul 09.00-12.00 WIB. Diawali dengan kata sambutan dari dosen pembimbing KKN dilanjutkan dengan ketua kelompok KKN.

### 3.1. Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Efektif Produk Kuliner

Penggunaan media sosial dalam pemasaran efektif produk kuliner adalah memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan lainnya sebagai alat untuk mempromosikan, mengenalkan, dan menjual produk makanan atau minuman secara lebih efisien dan tepat sasaran.

Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Efektif Produk Kuliner bertujuan untuk :

- a. Memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha kuliner tentang cara memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran efektif, termasuk strategi konten, iklan, dan interaksi dengan pelanggan.
- b. Mengajarkan cara menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk kuliner di kalangan audiens target.
- c. Pelaku usaha kuliner lebih memahami cara menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka
- d. Peningkatan jumlah pengikut, keterlibatan, dan eksposur produk kuliner yang lebih luas di media sosial

Materi pertama disampaikan oleh Ibu Minah. Beliau menceritakan awal mulai memulai usaha pempek hingga bisa terkenal seperti sekarang. Ibu Minah menyampaikan bahwa keberhasilan usahanya sangat ditopang oleh promosi, baik secara konvensional maupun dengan media sosial.

Ada beberapa media sosial yang sedang booming saat ini antara lain Whatsapp, Instagram, Twitter, Line, Telegram, Facebook, Youtube, dan lain-lain. (Abidin Achmad et al. 2020). Ibu Minah rajin memposting usaha pempeknnya di beberapa media sosial. Saat ini dia menggunakan 200 kg daging ikan giling untuk membuat aneka pempek. Pesanan pempek diterima melalui Whatsapp dan aplikasi Ojek online. Ibu Minah berpesan “Setiap hari selalu memposting usaha, agar selalu dilihat orang dan orang ingin membeli”. Instagram kelompok yang bernama “ **Kampung Pempek Tanggo Rajo Cindo**” sudah ada, namun para pemilik usaha pempek kurang aktif untuk menitipkan postingan kepada operator, sehingga yang muncul di Instagram lebih banyak kegiatan pempek minah.



**Gambar 2.** Aneka pempek di 7 Ulu  
Sumber: Kelompok 5 KKN Stisipol Candradimuka 2024

Selain media sosial yang dipakai, menurut beliau perlu diperhatikan mutu makanan yang dijual agar pembeli selalu datang membeli dan pembeli dapat mempromosikan makanan yang dibelinya. Ibu Minah mempersilahkan para pelaku UMKM pempek yang ingin belajar pempek, silahkan datang ke rumahnya, akan diajari dan dibagi ilmu tentang pengelolaan pempek yang baik.

Selanjutnya materi mengenai pengenalan media sosial untuk keperluan bisnis, Sebagian peserta kegiatan sosialisasi sudah familiar dengan aplikasi Instagram, namun mereka belum sepenuhnya memanfaatkannya untuk kepentingan bisnis. Materi ini mencakup pembahasan tentang pemasaran konten di Instagram. Pemasaran konten adalah sebuah strategi pemasaran yang melibatkan perencanaan, pembuatan, dan distribusi konten. Tujuan dari materi ini adalah untuk memperkenalkan kepada peserta cara membuat konten yang menarik sehingga bisnis UMKM pempek dapat dikenal lebih luas dan mendorong minat konsumen potensial. Selain itu, peserta juga diajarkan tentang cara penggunaan hashtag. Para peserta pengabdian tampak antusias dalam mendengarkan paparan.

### **3.2. Pengawasan Kebersihan Produk Pempek**

Pengawasan kebersihan produk kuliner adalah serangkaian tindakan dan prosedur yang dilakukan untuk memastikan bahwa produk makanan yang dihasilkan, diolah, dan disajikan kepada konsumen memenuhi standar kebersihan yang telah ditetapkan. (POM 2006)

Higiene sanitasi adalah upaya untuk mengendalikan faktor risiko terjadinya kontaminasi terhadap makanan, baik yang berasal dari bahan makanan, orang, tempat dan peralatan agar aman dikonsumsi. (Fauziah and Suparmi 2022)

Higiene sanitasi tujuannya adalah untuk mencegah kontaminasi yang dapat menyebabkan penyakit atau kerugian kesehatan bagi konsumen. Materi ini disampaikan oleh ibu Ida Royani SKM., M.Kes, materi ini untuk :

- a. Memberikan pengetahuan tentang standar kebersihan dan sanitasi yang harus diterapkan dalam produksi dan penyajian produk kuliner
- b. Memastikan bahwa pelaku usaha kuliner mematuhi regulasi dan standar kebersihan yang berlaku, termasuk pedoman dari dinas kesehatan dan lembaga terkait.
- c. Menjaga kebersihan yang lebih baik di dapur dan area penyajian, mengurangi risiko kontaminasi dan penyakit

Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai pengawasan kebersihan produk kuliner yang disampaikan narasumber :

**1. Kebersihan Bahan Baku:**

- a. Semua bahan makanan yang digunakan harus berasal dari sumber yang terpercaya dan memiliki sertifikat layak konsumsi. produk makanan atau minuman telah lolos uji dari Badan Pengawas Obat dan Makanan di Indonesia yaitu Sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Bahan makanan jangan ditambahkan bahan berbahaya seperti formalin, borak, dll. Bahan berbahaya ini menimbulkan dampak beberapa tahun setelah sering dikonsumsi, seperti penyakit kanker. Contoh penggunaan tahu untuk pempek, kalau tahunya kejel dan tidak busuk sampai malam, ciri ada bahan berbahaya.
- b. Bahan baku harus dicuci dan dibersihkan dengan benar sebelum digunakan dalam proses pengolahan.

**2. Pengolahan yang Higienis:**

- a. Pengolahan makanan harus dilakukan di lingkungan yang bersih, bebas dari hama dan kontaminan. Pengolah makanan jangan memakai perhiasan tangan, karena akan meninggalkan sisa kotoran yang akan berpengaruh pada makanan.
- b. Peralatan yang digunakan harus dalam kondisi bersih dan steril sebelum digunakan.
- c. Proses memasak harus sesuai dengan standar suhu yang ditetapkan untuk memastikan bakteri dan patogen berbahaya mati.

**3. Kebersihan Tenaga Kerja:**

- a. Pembuat makanan harus mematuhi standar kebersihan pribadi, seperti mencuci tangan dengan sabun sebelum menangani makanan, menggunakan pakaian yang bersih dan celemek, memakai sarung tangan serta penutup kepala saat memasak.
- b. Tenaga kerja yang sakit harus dilarang untuk menangani makanan untuk mencegah penularan penyakit.

**4. Penyimpanan yang Tepat:**

- a. Makanan yang sudah diolah harus disimpan pada suhu yang tepat untuk mencegah pertumbuhan bakteri.
- b. Bahan makanan mentah dan makanan matang harus disimpan terpisah untuk menghindari kontaminasi silang.

## 5. Pengawasan dan Pengecekan Berkala:

- a. Pemeriksaan rutin harus dilakukan untuk memastikan semua prosedur kebersihan diikuti dengan benar.
- b. Pengawasan melibatkan pemeriksaan kondisi dapur, kualitas makanan, kebersihan peralatan, dan kebersihan lingkungan secara umum.

## 6. Penyajian yang Aman:

- a. Makanan harus disajikan dengan cara yang aman dan higienis, dengan menggunakan peralatan yang bersih dan terhindar dari paparan lingkungan yang tidak higienis.
- b. Tempat penyajian juga harus selalu dijaga kebersihannya.

Pengawasan kebersihan produk kuliner sangat penting untuk mencegah terjadinya keracunan makanan dan memastikan konsumen mendapatkan produk yang aman dan berkualitas tinggi. Hal ini juga berperan dalam menjaga reputasi bisnis kuliner serta mematuhi peraturan kesehatan yang berlaku.



**Gambar 3.** Suasana Seminar yang dilakukan di kediaman Ketua RW 12 Kelurahan 7 Ulu  
Sumber: Kelompok 5 KKN Stisipol Candradimuka 2024



**Gambar 4.** Foto dengan narasumber Seminar  
Sumber: Kelompok 5 KKN Stisipol Candradimuka 2024



**Gambar 5.** Foto bersama peserta sosialisasi  
Sumber : Kelompok 5 KKN Stisipol Candradimuka 2024

Usai paparan materi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya, baik kepada narasumber pertama atau kedua. Acara di akhiri dengan mencicipi kudapan dan foto bersama. Selain kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran dan Pengawasan Kebersihan Produk Pempek, dilakukan juga pemberian banner pada salah satu UMKM yang belum memiliki banner yaitu pembuat pempek “tinah”. Kegiatan terakhir, pemasangan plang nama lorong dan lokasi sentra pempek di depan lorong Kenduruan RW 12.



**Gambar 6.** Pemasangan banner “Pempek Ibu Tinah” dan Plang Lorong Kenduruan  
Sumber: Kelompok 5 KKN Stisipol Candradimuka 2024

## Kesimpulan dan Saran

Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada sosialisasi penggunaan media sosial untuk pemasaran dan pengawasan kebersihan produk kuliner di Tanggo Rajo Cindo, Kelurahan 7 Ulu Palembang. Program ini ditujukan kepada para pelaku UMKM pempek yang sebagian besar belum memiliki kemampuan memasarkan produk secara online. Aspek pemasaran menjadi salah satu hal terpenting dalam dunia usaha saat ini, agar para pengusaha pempek dapat lebih efektif mempromosikan produknya. Program ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha pemula maupun yang sudah lama beroperasi tetapi belum terjun ke pemasaran digital. Selain pemasaran digital, kegiatan ini juga menekankan pentingnya menjaga kebersihan produk kuliner yang dipasarkan. Dengan mematuhi standar kebersihan, produk kuliner terutama pempek akan lebih mudah diterima oleh konsumen dan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Diharapkan, melalui program ini, pelaku usaha di Tanggo Rajo Cindo dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam memasarkan produk mereka secara online, sehingga mampu bersaing lebih kompetitif dan mengembangkan bisnis mereka dengan tetap memperhatikan kebersihan produk.

## Daftar Pustaka

- Abidin Achmad, Zainal, Thareq Zendo Azhari, Wildan Naufal Esfandiar, Nafila Nuryaningrum, Anisah Farah Dhillah Syifana, and Indah Cahyaningrum. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10(1): 17–31. doi:10.15642/jik.2020.10.1.17-31.
- Annas, Hamammah Nurul, Andriyani, Munaya Fauziah, Ernyasih, and Nurmalia Lusida. 2021. "Gambaran Penerapan Higiene Dan Sanitasi Pengolahan Makanan Di Rumah Makan Padang ' X ' Pamulang Tangerang Selatan Tahun 2020." *Environmental Occupational Health and Safety Journal* 2(1): 49–58.
- Fauziah, Rina, and Suparmi Suparmi. 2022. "Penerapan Hygiene Sanitasi Pengelolaan Makanan Dan Pengetahuan Penjamah Makanan." *Jambura Health and Sport Journal* 4(1): 11–18. doi:10.37311/jhsj.v4i1.13469.
- Febriansyah. 2024. "Kampung Kreatif Pempek Tanggo Rajo Cindo: Pusat Kuliner Di Jantung Palembang." *sumatera ekspres*. <https://sumateraekspres.bacakoran.co/read/51949/kampung-kreatif-pempek-tanggo-rajo-cindo-pusat-kuliner-di-jantung-palembang> (July 4, 2024).
- Harahap, Hamida Syari, Nita Komala Dewi, and Endah Prawesti Ningrum. 2021. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM." *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences* 3(2): 77. doi:10.32493/jls.v3i2.p77-85.
- Indonesia, Republik. 1996. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tentang Pangan*. [https://pergizi.org/images/stories/downloads/uu\\_7\\_1996\\_ttg\\_pangan.pdf](https://pergizi.org/images/stories/downloads/uu_7_1996_ttg_pangan.pdf).
- . 2003. *KEPUTUSAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 715TAHUN 2003 TENTANG PERSYARATAN HYGIENE SANITASI JASABOGA*. Indonesia.
- POM, Badan. 2006. "No TitlePENERAPAN HIGIENE DAN SANITASI PADA INDUSTRI PANGAN SIAP SAJI." *Badan POM*. [https://www.pom.go.id/berita/penerapan-higiene-dan-sanitasi-pada-industri-pangan-siap-saji-\(ipss\)](https://www.pom.go.id/berita/penerapan-higiene-dan-sanitasi-pada-industri-pangan-siap-saji-(ipss)) (July 5, 2024).
- Tim Media Dinas Kominfo Provinsi Sumsel. 2021. "Tamasya Sambil Kulineran Di Kampung Pempek

Tanggo Rajo Cindo Title." *Inpo Publik*.

<https://www.infopublik.id/kategori/nusantara/525392/tamasya-sambil-kulineran-di-kampung-pempek-tanggo-rajo-cindo> (July 5, 2024).

Tresnawati, Yuni, and Kurniawan Prasetyo. 2022. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bisnis Kuliner." *Journal of New Media and Communication* 1(1): 43–57. doi:10.55985/jnmc.v1i1.5.

Wargadalem, Farida Ratu, Wasino, and Leli Yulifar. 2023. "Pempek Palembang: History, Food Making Tradition, and Ethnic Identity." *Journal of Ethnic Foods* 10(1). doi:10.1186/s42779-023-00209