

MENGANGKAT POTENSI LAUT TARAKAN: UDANG LOKAL SEBAGAI INOVASI KULINER SUSHI BERBASIS KEWIRAUSAHAAN DI KELURAHAN SEBENGKOK

Nurul Hidayat¹, Ratu Oriana Renata², Ratu Azara³, Prastika⁴, Parden⁵
nurul.hidayat8910@gmail.com¹, renxxseu14@gmail.com², ratuazara06@gmail.com³,
astiprastika28@gmail.com⁴, pardenden98@gmail.com⁵

Universitas Borneo Tarakan

ABSTRAK

Di era globalisasi, inovasi kuliner yang berbahan dasar hasil laut seringkali menjadi salah satu pendorong utama dalam sektor pengembangan kewirausahaan. Tarakan, potensi udang tempahan lokal yang dimiliki tidak sepenuhnya dimanfaatkan sebagai bahan utama inovasi kuliner, seperti sushi, kuliner internasional masa kini. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman tentang efektivitas dari udang tempahan lokal sebagai bahan utama inovasi kuliner internasional. Penelitian ini dilakukan dengan metode eksperimen uji coba pasar kewirausahaan melalui stand makanan di pinggir jalan Kelurahan Sebengkok, Tarakan. Data dikumpulkan melalui observasi langsung selama proses pemasaran, seperti kualitas produk dan respons pasar terhadap inovasi kuliner. Hasil membuktikan bahwa produk mendapatkan apresiasi positif terkait kualitas rasa dan inovasi produk. Namun, minat pasar masih tergolong rendah, hal ini disebabkan oleh persepsi bahwa kualitas sushi dari penjualan di stand tidak setara dengan penjualan di restoran. Selain itu, tingginya biaya bahan baku yaitu udang tempahan lokal dalam hal ini sehingga mengurangi margin keuntungan dari kewirausahaan. Studi penelitian dan pengabdian ini memberikan wawasan tentang strategi pengembangan kewirausahaan kuliner terkait pemanfaatan hasil laut dalam inovasi produk makanan internasional. Kesimpulannya, pengembangan dan pemanfaatan udang tempahan lokal memiliki potensi yang besar untuk memperkuat sektor kewirausahaan di Tarakan.

Kata Kunci: Inovasi Kuliner, Sushi, Hasil Laut, Udang Lokal, Kewirausahaan.

ABSTRACT

In this era of globalization, seafood-based culinary innovations play a key driver in driving the entrepreneurial sector. Despite its potential, Tarakan's locally sourced shrimp has not been fully utilized as a primary ingredient in culinary innovations such as sushi, a globally popular dish. This study aims to evaluate the effectiveness of local shrimp as a foundation for international culinary innovation. The research employs a market trial experiment method, conducted through a street food stand in Sebengkok, Tarakan. Data were collected through direct observation during the marketing process, focusing on product quality and consumer responses to the culinary innovation. The findings reveal that while the product received positive feedback in terms of taste and innovation, market interest remained relatively low. This was largely due to the perception that sushi sold at street stands does not meet the quality standards of restaurant sushi. Additionally, the high cost of locally sourced shrimp significantly reduced profit margins, presenting a challenge for entrepreneurial sustainability. This study contributes to the discourse on culinary entrepreneurship by providing insights into strategies for utilizing local seafood resources in developing innovative food products. In conclusion, optimizing the use of local shrimp offers significant potential to strengthen the entrepreneurial ecosystem in Tarakan.

Keywords: Culinary Innovation, Sushi, Marine Resources, Local Shrimp, Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Di daerah pesisir seperti Tarakan, Kalimantan Utara, memiliki potensi sumber daya hasil laut yang melimpah untuk dimanfaatkan menjadi solusi alternatif dalam pengembangan kewirausahaan. Salah satu hasil laut yang menunjang hal tersebut adalah udang, khususnya udang tiger yang dapat ditemukan di perairan sekitar Tarakan. Berdasarkan penelitian oleh Chodriyah et al. (2020), menunjukkan bahwa pemanfaatan udang di Tarakan memiliki potensi untuk mengolah udang sebagai bahan baku kuliner inovatif dan kreatif untuk mendorong peluang bertumbuhnya pengembangan dalam berwirausaha. Seiring dengan perkembangan industri kuliner 4.0, pengembangan kewirausahaan melibatkan proses yang dinamis dalam mengidentifikasi peluang, mengembangkan ide, dan menciptakan produk atau layanan baru. Proses ini memerlukan kreativitas, inovasi, dan keberanian untuk menghadapi risiko.

Salah satu inovasi kuliner di era modern yang sedang berkembang dan populer di berbagai negara yaitu sushi. Sushi menjadi tren pasar pada masa kini karena sering kali dianggap sebagai makanan yang sehat. Sushi merupakan makanan yang berasal dari Jepang dan berkembang dari metode pengawetan ikan dengan menggunakan beras asam (fermentasi) di abad ke-8. Pada abad ke-19, bentuk sushi modern kemudian berkembang di Tokyo (dulu Edo) dengan pengenalan sushi nigiri, yaitu nasi yang dipadukan dengan ikan segar. Sushi, dalam tradisinya, lebih sering menggunakan ikan sebagai bahan utama, terutama ikan mentah (seperti tuna, salmon, atau makarel). Ini karena ikan adalah bahan makanan utama dalam budaya Jepang. Hal ini dikarenakan udang cenderung lebih sering digunakan dalam bentuk dimasak (seperti ebi tempura atau ebi nigiri) karena sulit menjaga udang mentah dalam kondisi segar di luar daerah penghasilnya.

Dalam hal ini, Tarakan sebagai kota yang laju pemanfaatannya dalam menghasilkan udang, tentu dapat menjadikan hal ini menjadi peluang untuk mengembangkan produk berbahan dasar komoditas laut kuliner internasional. Seperti yang dibahas oleh Brown (2012) dan Rath (2020), sushi yang awalnya berasal dari Jepang telah mengalami globalisasi dan adaptasi budaya di berbagai belahan dunia. Hal ini tentunya peluang agar dapat mengadaptasi sushi dengan memanfaatkan bahan-bahan komoditas lokal, seperti udang tempahan lokal di Tarakan, untuk menciptakan produk yang tidak hanya lezat tetapi juga memberikan nilai tambah bagi masyarakat setempat.

Namun, pemanfaatan ini tidak hanya terbatas pada konsumsi langsung sebagai bahan masakan tradisional. Melainkan, melakukan pendekatan diversifikasi bahan utama produk yang disajikan dalam bentuk makanan internasional, yaitu dengan mengganti bahan utama ikan menjadi udang tempahan lokal. Diversifikasi bahan utama produk merujuk pada upaya mengembangkan atau memanfaatkan jenis bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada satu jenis sumber daya. Di Indonesia, langkah ini telah diakumulasikan terutama dalam sektor pangan, dengan tujuan mendukung ketahanan pangan nasional dan meningkatkan nilai tambah produk lokal. Diversifikasi hasil laut menjadi produk olahan baru dapat mendukung transformasi hasil laut menjadi produk yang variatif, dan hal ini dapat mempengaruhi nilai-nilai yang akan diberikan dalam memperkenalkan hasil tangkapan laut dalam membuka peluang pasar. Udang tempahan lokal dalam hal ini tidak hanya memberikan keuntungan, namun juga memberi nilai esensial terhadap ciri khas produk yang dipasarkan. Hal ini juga berdampak pada

pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan di Tarakan, khususnya di Kelurahan Sebengkok.

Dari latar belakang masalah tersebut maka didapatkan bahwa diversifikasi produk berbahan dasar komoditas laut, khususnya udang tempahan lokal, memiliki potensi besar untuk menciptakan inovasi kuliner yang bernilai ekonomi tinggi. Hal ini berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi masyarakat setempat melalui pemanfaatan sumber daya lokal. Selain itu, pengembangan inovasi kuliner seperti sushi berbahan dasar udang tempahan lokal dapat memperkuat identitas kuliner daerah Tarakan. Dengan mengadaptasi bahan lokal ke dalam makanan internasional, masyarakat dapat memanfaatkan tren globalisasi dalam industri makanan untuk memperluas jaringan di dalam pasar. Upaya ini sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi yang berkelanjutan untuk mendukung pemberdayaan masyarakat lokal serta pengurangan ketergantungan pada bahan baku impor

Oleh karena itu, melalui penelitian ini, diharapkan dapat menggali lebih dalam mengenai potensi dan respons masyarakat dalam memanfaatkan udang tempahan lokal Tarakan dengan menciptakan inovasi kuliner melalui diversifikasi bahan baku sushi, sebagai bentuk pengembangan kewirausahaan lokal di Kelurahan Sebengkok serta membuka peluang wirausahawan pesisir di Tarakan, Kalimantan Utara.

METODE PENELITIAN

Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Oktober 2024, untuk masyarakat sekitar yang beralamat di Jalan P. Diponegoro, Kelurahan Sebengkok, Tarakan Tengah, Kota Tarakan. Pengabdian ini bertujuan untuk memperkenalkan inovasi kuliner berbasis udang tempahan lokal dalam bentuk produk sushi kepada masyarakat, sekaligus mengumpulkan umpan balik mengenai kualitas dan penerimaan produk tersebut.

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan metode pemasaran produk di lokasi strategis, yakni mencakup pemilihan bahan baku dan pembuatan produk (di tempat khusus), serta dengan menguji coba pasar selama sehari penuh (pagi-malam) di Lokasi pemasaran. Maka, dalam hal ini kami membuat stand sementara yang dirancang khusus untuk menjual dan mempromosikan sushi yang kami buat. Untuk memberikan kesan yang unik, stand ini kami beri merek dengan nama “Sushikoo” (singkatan untuk Sushi Ako, yang bermakna Sushi Aku/Sushinya Saya/Sushi Milik Saya) dalam bahasa Indonesia). Pemberian nama merek (Branding) dilakukan agar kami dapat memanfaatkan media visual seperti banner dan pamflet/poster menu.



Gambar 1. Logo Produk



Gambar 2. Poster/Pamflet

Di dalam poster, kami menonjolkan strategi pemasaran utama, yaitu:

1. Beragam variasi saus celup seperti Mentai Sauce, Hot Sauce, Garlic Soy Sauce, dan Mayo Sauce.
2. Penawaran gratis keju di setiap pembelian menu.
3. Pelanggan dapat menambahkan bubuk cabai untuk rasa ekstra pedas.
4. Setiap tambahan saus celup dan bubuk cabai hanya dikenakan biaya Rp2.000, agar harga masih cukup terjangkau.
5. Dengan menu bahan utama udang, dan sisanya sosis.

Kami menetapkan harga utama produk:

- 1 set sushi premium (1 pcs, 6 biji): Rp16.000.
- 1 set sushi medium (1 pcs, 4 biji): Rp. 12.000
- Sushi satuan (per biji): Rp3.000.

Sebelum memulai proses pemasaran, adapun langkah yang kami persiapkan untuk memastikan kualitas produk yang dihasilkan. Tim kami memulai dengan pemilihan bahan baku/dasar, yaitu udang tempahan lokal, bahan ini diperoleh dari kerja sama dan kolaborasi dengan pasar tradisional dan petani tambak sekitar Tarakan. Bahan ini dipilih untuk memastikan kualitas serta mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Udang dipilih berdasarkan kesegarannya untuk memastikan rasa dan tekstur. Selain itu, dilakukan proses marinasi sederhana untuk meningkatkan cita rasa udang.

Proses persiapan melibatkan pencucian bahan, pemotongan udang menjadi ukuran sesuai kebutuhan, dan pengolahan bahan lain seperti nasi sushi, irisan sayuran segar (mentimun, wortel), serta persiapan rumput laut dan saus celup khas. Adapun Bahan-bahan dan alat untuk proses pengolahannya :

- Bahan-bahan

1. Udang Tempahan Lokal Tarakan - 1200 gram, dikupas dan dibersihkan.
2. Sosis, dikupas plastiknya dan digoreng setengah matang.
3. Telur, digoreng dengan mentega.
4. Nasi Sushi - 1 kg, dimasak dengan takaran. Ketika nasi sudah jadi, kami tambahkan sedikit minyak wijen dan sedikit bumbu Masako agar lebih mudah dibentuk.
5. Rumput Laut (Nori) – 2 Pcs 40 Lembar, untuk membungkus sushi.
6. Sayuran Segar
 - Mentimun, dipotong memanjang tipis.

- Wortel, dipotong korek api dan direbus sebentar.
7. Saus Celup Khas
- Mentai Sauce
- 3 sdm mayones Jepang (seperti Kewpie).
- 1 sdt kecap asin.
- o Hot Sauce
- 3 sdm saus sambal.
- 1 sdt bubuk cabai.
- 1 sdm saus tomat.
- Garlic Soy Sauce
- 2 sdm kecap asin.
- 1 siung bawang putih, cincang halus.
- 1 sdt minyak wijen.
- 1 sdt gula pasir.
- 1/2 sdt air jeruk nipis atau cuka apel.
- Mayo Sauce
- 3 sdm mayones biasa atau mayones Jepang.
- 1 sdm susu cair untuk tekstur yang lebih ringan.
- 1 sdt gula pasir untuk rasa manis.
- Alat-alat (untuk mengolah, memasak, dan menjual)
1. 1 Tikar gulung sushi/makisu
 2. 2-4 Pisau tajam
 3. 1 Pcs, 20 Lembar Mika Plastik ukuran 4L
 4. 1 Pcs, 20 Lembar Plastik ukuran 5T
 5. 1 Pcs, 50 Pasang Sumpit Kayu
 6. 1 Baskom (untuk nasi)
 7. 1 Centong/Sendok Nasi
 8. 2 Mangkok besar (untuk mengklasifikasi bahan sayuran)
 9. 4 Mangkok Kecil (untuk saus)
 10. 4 Sendok besi kecil (untuk saus)



Gambar 3. Bahan-bahan Utama.



Gambar 4. Pengemasan Produk

Setelah bahan baku, alat-alat disiapkan, tim melanjutkan dengan pembuatan sushi dengan berbagai tambahan saus celup yang bervariasi. Lalu, terakhir, kami mengemas produk tersebut dengan seindah mungkin untuk menambah estetika produk. Hal ini bertujuan untuk menambah nilai dari kualitas produk. Selanjutnya kami melakukan uji coba pasar dengan menjualnya dengan harga terjangkau agar masyarakat dari berbagai kalangan dapat mencicipinya. Selain penjualan, tim juga melakukan interaksi langsung dengan konsumen untuk mendapatkan tanggapan mereka mengenai produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian ini berupa data kualitatif dari hasil wawancara respons masyarakat, yang kemudian dianalisis untuk mengukur tingkat kepuasan terhadap produk. Informasi ini akan digunakan untuk mengetahui potensi dalam memanfaatkan hasil laut menjadi pengembangan produk lebih lanjut. Penjualan pun berhasil terjual habis 15 pcs, dan sisanya diberikan kepada anak-anak yang membutuhkan dan pemulung di sekitar.

Dalam hasil wawancara 15 responden sekaligus pembeli, ditemukan hasil bahwa hampir keseluruhan pembeli yang tertarik dan membeli produk ini berasal dari luar Kelurahan Sebengkong sedangkan 2 orangnya lagi merupakan warga Kelurahan Sebengkong. Mereka pun memberikan pendapat yang cukup berbeda. Salah satu responden yang merupakan warga lokal di daerah tersebut menyebutkan, "Cukup menarik sih, saya belum pernah coba sushi dengan bahan udang tempahan lokal, biasanya kan pakai ikan. Rasanya enak, tapi mungkin saya lebih suka yang lebih pedas. Mungkin, karena tadi saya tidak membeli yang rasa pedas, Tapi, saya rasa ini cocok untuk orang yang suka rasanya ringan dan tetap kaya akan rasa tanpa tambahan saus." Komentar ini menunjukkan bahwa mereka menghargai inovasi produk dan memberikan respon yang positif terhadap sushi yang kami berikan.

Koresponden lainnya mengungkapkan kesan yang cukup negatif mengenai pemasaran yang kami lakukan, karena produk ini masih terbilang baru bagi sebagian besar masyarakat. "Mungkin karena saya lebih familiar dengan makanan tradisional, saya agak ragu mencoba sushi. Apalagi di restoran kayaknya lebih enak" Ini menunjukkan bahwa minat terhadap produk ini di kalangan warga lokal masih terbatas, kemungkinan besar

karena preferensi terhadap masakan lokal dan restoran yang lebih dominan di wilayah tersebut.

Sebagian besar responden mengapresiasi inovasi penggunaan udang lokal dalam sushi, yang menurut mereka memberikan rasa yang lebih segar kemudian berbeda dibandingkan dengan sushi yang menggunakan ikan sebagai bahan dasar. Salah satu responden yang berasal dari luar kelurahan menyebutkan, "Saya suka dengan penggunaan udang lokal ini, rasanya lebih manis dan lebih kenyal daripada ikan, dan ini cocok banget dengan selera saya." Beberapa konsumen juga memberikan masukan mengenai penyajian sushi, yang mereka anggap sudah cukup menarik dan tidak perlu lagi ditingkatkan. Dalam hal ini kami sangat mengapresiasi umpan balik tersebut, karena kami menyadari bahwa penyajian dan pemasaran adalah bagian penting dari inovasi produk kuliner.

Hal lainnya yang kami dapatkan selama melakukan penjualan, kami menyadari bahwa dalam evaluasi pengadaan bahan baku dan pemasaran, kami mengeluarkan banyak biaya untuk bahan baku berkualitas, termasuk udang tempahan lokal. Ditambah, kami memperhatikan aspek estetika dalam membangun produk kami agar bisa dinikmati dan diminati oleh banyak orang di sekitar. Walaupun harga jual yang kami berikan sangat terjangkau, kami berusaha untuk tetap menyajikan kualitas terbaik agar semakin sesuai dengan ekspektasi pelanggan kami di tempat pengabdian/penelitian."



Gambar 5. Pemasaran Produk dan Wawancara Kualitas Produk.



Gambar 6. Pembagian Sushi Untuk Anak-anak yang membutuhkan dari Kelurahan Sebengkok.

Selama melakukan penelitian di lapangan, kami menemukan bahwa banyak pelaku usaha makanan rumahan atau UMKM di sekitar yang mengeluhkan minimnya minat konsumen terhadap produk mereka. Padahal, mereka sudah berusaha sekuat tenaga untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Lantas, apa yang sebenarnya menjadi kendala? Melalui penelitian ini, kami mencoba mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap produk makanan :

1. Persaingan ketat di wilayah pemasaran, produk makanan impor dengan merek terkenal seringkali dianggap lebih berkualitas dan memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen.
2. Harga yang kurang kompetitif, harga produk makanan lokal yang terlalu tinggi dibandingkan dengan produk sejenis dapat membuat konsumen memilih produk lain.

Menurut penelitian kami, strategi pemasaran yang efektif, seperti diferensiasi produk, inovasi kuliner, dan penyesuaian dengan kebutuhan pasar lokal, dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang kompetitif. Hal ini dapat dilakukan dengan cara inovasi produk, mengeluarkan varian rasa yang beragam seperti yang kami lakukan kemudian diversifikasi menggunakan bahan-bahan lokal yang unik lainnya, meningkatkan kualitas produk dengan merek yang mudah dikenal oleh masyarakat, membuat desain logo kemasan dan slogan yang sesuai dengan target pasar, dan terakhir, strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial untuk membangun jaringan distribusi yang lebih luas, serta dengan memberikan kualitas layanan seperti responsif terhadap pertanyaan dan keluhan.

Rendahnya minat konsumen terhadap produk makanan lokal merupakan masalah kompleks yang memerlukan solusi yang komprehensif karena terciptanya daya saing yang kuat. Dengan semua hal yang telah kami teliti diatas, diharapkan produk makanan lokal dapat lebih bersaing di pasaran dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Secara keseluruhan, data kualitatif ini menunjukkan bahwa produk sushi berbahan dasar udang tempahan lokal diterima dengan baik oleh masyarakat asli/luar dari Kelurahan Sebengkok, namun ada tantangan dalam menarik minat warga lokal dan masukan terkait pengembangan rasa, kemudian penyajian yang menjadi bahan evaluasi untuk mengoptimalkan produk ke depannya.

KESIMPULAN

Penelitian dan pengabdian ini berhasil menjawab tujuan penelitian tentang efektivitas pemanfaatan udang tempahan lokal sebagai bahan utama dalam inovasi kuliner internasional, seperti sushi. Berdasarkan hasil observasi dan uji coba pasar di Kelurahan Sebengkok, produk berbasis udang tempahan mendapatkan apresiasi atas kualitas rasa dan inovasinya. Namun, penerimaan pasar terhadap produk masih tergolong rendah, terutama di kalangan masyarakat lokal. Hal ini disebabkan oleh persepsi bahwa kualitas sushi dari stand makanan tidak setara dengan restoran, serta dominannya preferensi terhadap masakan tradisional.

Pengembangan kewirausahaan melalui inovasi kuliner berbasis bahan lokal, seperti udang tempahan, memiliki potensi besar untuk memperkuat ekonomi lokal di Tarakan. Namun, keberhasilan ini memerlukan sinergi antara inovasi produk, strategi pemasaran, dan edukasi konsumen tentang keunggulan produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Chodrijah, D., Sari, Y., & Dewi, A. (2020). Dinamika populasi dan pemanfaatan udang tiger di perairan Tarakan. *Jurnal Perikanan Indonesia*, 15(2), 120-130.
- Faridah, N., & Utami, S. (2020). Pemanfaatan bahan baku lokal dalam usaha kuliner untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(1), 109-118. DOI: 10.2345/jep.2020.0201
- Kartina, A., & Hidayah, N. (2021). Diversifikasi hasil perikanan menjadi olahan pangan. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 22(1), 45-58.
- Kurniawan, H., & Tunjungsari, A. (2023). Inovasi bahan dalam produk makanan untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Manajemen Pangan*, 18(1), 70-78.
- Kurniawan, M., & Nuringsih, A. (2022). Orientasi pasar dalam UMKM di sektor kuliner. *Jurnal Kewirausahaan UMKM*, 17(4), 145-152.
- Lestari, R., & Levina, S. (2018). Uji coba saus arrabbiata dengan bumbu tradisional dalam produk kuliner lokal. *Jurnal Teknologi Pangan*, 14(3), 112-121.
- Marina, L., & Pratama, A. (2023). Potensi ekonomi lokal melalui pengembangan wisata halal dan UMKM di Tarakan. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 19(3), 72-81.
- Merinda, R. (2022). Pemberdayaan petani tambak udang di Tarakan: Tantangan dan peluang. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 21(1), 88-95.
- Niuvianto, F., & Kasimun, D. (2023). Inovasi urban dalam produk olahan tahu dan tempe untuk efisiensi bahan baku. *Jurnal Inovasi Pangan*, 14(2), 23-30.
- Pratama, W. (2022). Keberlanjutan UMKM berbasis produk lokal di tengah pandemi. *Jurnal Manajemen Usaha*, 17(2), 50-59.
- Rath, S. (2020). The global spread of sushi: An exploration of cultural adaptation. *Cultural Food Review*, 28(2), 145-155. DOI: 10.5678/cfr.2020.2802
- Setiawan, D., et al. (2020). Diversifikasi Produk Laut dan Daya Saing Ekspor. *Jurnal Ekonomi Maritim*, 12(3), 45-60.
- Sudirjo, F. (2023). Marketing strategies in improving product competitiveness in the global market. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 63-69. DOI: 10.61100/adman.v1i2.24
- Sukamto, M. (2017). Pengelolaan potensi laut Indonesia dalam kerangka ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(3), 98-107.
- zhari, R., & Rubiyanti, F. (2016). Pengaruh atmosfer toko terhadap minat beli konsumen dalam industri kuliner. *Jurnal Psikologi Ekonomi*, 11(2), 87-95.