

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN MAKANAN TRADISIONAL BATAK MELALUI DAYA TARIK PRODUK WISATA KULINER DI KOTA MEDAN

Zaina Balqis¹, Sagita Amelia Simorangkir², Wina Tri Lestari Hutabarat³, Gebriella br. Tarigan⁴

Politeknik Negeri Medan ^{1,2,3,4}

Email: zainabalqis123@gmail.com¹, sagitasimorangkir98@gmail.com²,
lestariwina026@gmail.com³, gebriellabrtarigan@gmail.com⁴

ABSTRACT

*Medan boasts a significant culinary strength, particularly Batak cuisine, despite its relative lack of exposure to the general public and tourists. This research aims to develop a strategy for increasing sales of traditional Batak dishes by enhancing the appeal of culinary tourism in Medan. The research method used was a descriptive qualitative model, collecting data from various articles, journals, and relevant online sources related to promotion, cultural conservation, and culinary tourism. The results show that promotional methods through social media and food delivery apps are effective in attracting customers. Furthermore, preserving Batak cultural values through the presentation of dishes such as *arsik*, *saksang*, and *naniura* can reinforce the identity of regional cuisine. In conclusion, developing creative and culturally informed marketing methods can enhance the competitiveness of traditional Batak dishes as Medan's leading culinary icon.*

Keywords : traditional Batak; culture; digital marketing; sales tactics; culinary tourism.

ABSTRAK

*Kota Medan menyimpan kekuatan yang sangat besar dalam hal masakan, terutama hidangan khas Batak, meskipun belum banyak diketahui oleh orang awam atau pelancong. Riset ini memiliki tujuan untuk membuat formula strategi peningkatan penjualan hidangan tradisional Batak melalui peningkatan kekuatan tarik pariwisata kuliner di Kota Medan. Cara riset yang dipakai adalah model kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data dari aneka artikel, jurnal, dan sumber online yang relevan terkait promosi, konservasi budaya, serta pariwisata kuliner. Hasil dari riset memperlihatkan bahwa metode promosi lewat media sosial serta aplikasi layanan pesan antar menjadi cara yang ampuh dalam menarik perhatian pembeli. Selain itu, menjaga nilai budaya Batak melalui penyajian hidangan seperti *arsik*, *saksang*, dan *naniura* dapat mempertegas jati diri masakan daerah. Sebagai simpulan, pengembangan metode marketing yang kreatif dan berdasar budaya dapat menaikkan kemampuan bersaing hidangan tradisional Batak sebagai ikon masakan terbaik Medan.*

Kata Kunci : Batak tradisional; budaya; pemasaran digital; taktik penjualan; turisme kuliner.

A. PENDAHULUAN

Kota Medan dikenal sebagai salah satu tujuan kuliner terkemuka di Indonesia, menjadi tempat pertemuan berbagai etnis dan budaya seperti Batak, Melayu, Tionghoa, Minang, Jawa, dan India. Jumlah penduduk dan jarak antara satu pulau dengan pulau lainnya yang terpisah oleh lautan, memberikan pengaruh keberagaman masyarakat Indonesia (Tambunan, 2021). Keberagaman tersebut memberikan perbedaan berbagai bidang termasuk suku, budaya, ras, agama, dan antar golongan. Keberagaman ini melahirkan kekayaan kuliner yang unik, terutama kuliner Batak dengan hidangan seperti *saksang*, *arsik*, *naniura*, *babi panggang*, dan *daun ubi tumbuk* yang tidak hanya lezat tapi juga sarat dengan nilai budaya. Wisata kuliner kini menjadi tren yang kuat, di mana wisatawan mencari pengalaman budaya melalui makanan lokal. Hal ini membuka peluang besar bagi kuliner Batak untuk dipromosikan dan menjadi daya tarik unggulan, termasuk melalui rumah makan khas Batak seperti di Kota Medan. Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi kuliner Batak, seperti kurangnya *branding* dan promosi, inovasi penyajian yang terbatas, belum adanya standar kualitas dan kebersihan yang jelas, serta kurangnya integrasi kuliner ini dalam paket wisata kuliner Medan. salah satunya makanan Tradisional Batak yaitu Arsik bukan sekadar sajian kuliner, melainkan sebuah media representasi budaya yang kompleks dan penuh makna (Hadawiyah et al., 2025a). Pengolahan makan ini sesuai dengan nama nya yaitu di arsik yang artinya di masak dengan salah satu rempah menjadi pengikat yang kuat yaitu andaliman, rempah ini menjadi salah satu bumbu yang memiliki tahta yang tinggi dalam mengikat cita rasa dalam pembuatan ikan mas arsik. Karena Jika tidak menggunakan rempah ini maka ikan mas arsik tidak terbilang sempurna. Andaliman merupakan rempah khas batak toba yang memiliki cita rasa pedas dan getir. Jika dilihat dari pengolahannya ikan mas arsik ini di masak seperti dengan bumbu kuning, namun nyatanya ada penggunaan rempah andaliman di dalamnya yang menjadikan masakan ini berbeda dengan masakan daerah lainnya. (Chairiza Azmi 2023).

Salah satu jenis makanan yang sangat khas dari Indonesia adalah makanan tradisional Batak. Makanan ini berasal dari Sumatera Utara dan dikenal karena

rasanya yang kuat serta bumbu yang unik. Apa yang membuat makanan Batak istimewa adalah penggunaan berbagai rempah-rempah lokal dan bahan-bahan yang mungkin tidak ditemukan di daerah lain, contohnya *andaliman* yang memberikan rasa pedas yang khas dan rasa getir yang unik. Ciri lain dari masakan Batak adalah pemakaian bahan-bahan alami yang sering dianggap tidak biasa, tetapi justru memberikan cita rasa yang enak. Contohnya adalah *saksang* yang terbuat dari daging babi atau sapi dicampur dengan darah dan bumbu *andaliman*; *naniura* yang merupakan ikan mentah yang disiapkan tanpa dimasak dengan cara diberi perasan *asam jungga*; dan *dali ni horbo* yang adalah olahan dari susu kerbau yang dijadikan keju tradisional. Masakan Batak juga menunjukkan sifat kuat dan berani dari masyarakatnya. Rasa pedas, gurih, dan asam yang ada dalam masakannya membuat kuliner Batak jadi spesial dan berbeda dari makanan tradisional di daerah lain di Indonesia. Industri kuliner di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan meningkatnya permintaan pelanggan terhadap produk makanan dan minuman yang inovatif (Aisyah et al., 2025).

Setiap daerah memiliki kekhasan budaya yang tercermin dalam makanan tradisional mereka, tidak hanya sebagai konsumsi fisik, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi simbolik, identitas, dan ekspresi nilai-nilai budaya. Salah satu kuliner khas yang merepresentasikan kekayaan budaya lokal secara kuat adalah arsik ikan mas, makanan tradisional dari etnis Batak Toba yang hingga kini masih dihidangkan dalam berbagai upacara adat dan ritual keagamaan (Hadawiyah et al., 2025b). Makanan tradisional Batak dengan kekhasan rasa dan nilai sejarahnya dapat menarik minat wisatawan, terutama jika dikemas dengan cara yang lebih modern namun tetap mempertahankan keaslian, pemanfaatan *media sosial* sebagai sarana promosi makanan tradisional Batak dapat memperluas pasar sekaligus meningkatkan popularitas produk. pengelolaan media sosial, pembuatan konten menarik, serta pemanfaatan platform media sosial commerce seperti Instagram untuk meningkatkan engagement dan penjualan (Mayako & Wulandari, 2025; Ryndian Gusty et al., 2025a; Wulandari, Azra, et al., 2025). Promosi berbasis kuliner lokal mampu mendorong peningkatan kunjungan wisatawan serta memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa makanan tradisional Batak memiliki prospek besar untuk dikembangkan melalui strategi pemasaran yang inovatif serta dukungan wisata kuliner di Kota Medan.

Dalam merumuskan perencanaan jangka panjang, strategi peningkatan penjualan merupakan cara di dalam proses penjualan yang dapat memberikan efek peningkatan pada nilai penjualan (Fajri, 2018a). Strategi penjualan yang unik dan kreatif akan menjadikan para konsumen lebih tertarik dibandingkan dengan cara-cara monoton yang sudah biasa dilakukan orang (Evrianti et al., 2025). Dengan adanya strategi peningkatan penjualan yang baik dan jelas, maka dapat dilihat tingkat penjualan yang meningkat pada saat proses evaluasi (Purba et al., 2025). Untuk melihat strategi yang tepat dalam meningkatkan penjualan, maka perencanaan strategi adalah proses yang tepat dengan menggunakan analisis lingkungan, baik itu lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Melalui perencanaan ini pula, sasaran dan tujuan usaha akan dapat tercapai. Maka berdasarkan hal tersebut, sangat perlu dilakukan penelitian tentang “Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Batak Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di Kota Medan.”

LANDASAN TEORI

Konsep Strategi

Dari sudut pandang pertama, strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk mengidentifikasi dan mencapai tujuan organisasi. strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dalam menjalankan rencananya. Makna yang didapat dari strategi ini adalah dalam merumuskan strategi organisasi para manager memainkan peran yang aktif secara sadar dan rasional. Kemudian pada perspektif yang kedua, strategi (Fajri, 2018b).

Dalam hal ini, strategi mengindikasikan bahwa dalam perumusan strategi organisasi, para manajer secara aktif dan rasional memegang peranan. Selanjutnya pada sudut pandang kedua, strategi adalah pola respon atau pola reaksi organisasi terhadap lingkungannya. Setiap organisasi pasti mempunyai strategi, meski strategi tersebut tak tertulis. Pandangan ini dimaksudkan untuk para manajer yang bersifat reaktif, yang artinya dapat menyesuaikan dan merespons lingkungan, walaupun

secara pasif. *Bauran pemasaran* terdiri atas tiga komponen yaitu place (tempat), promotion (promosi), price (harga), dan product (produk). *Usaha kecil* adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar (Ibrahim et al., 2025)

Peningkatan Penjualan

Peningkatan penjualan adalah suatu kondisi ketika perusahaan berhasil meningkatkan jumlah produk atau jasa yang terjual dari periode sebelumnya. Meningkatkan hasil penjualan merupakan tujuan dari konsep strategi peningkatan ini. Hal ini diinterpretasikan untuk mendapatkan profit melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan tamu. Dengan *profit* yang didapatkan, perusahaan dapat terus meningkat dengan pengembangan yang lebih besar (Kosasih & Wulandari, 2025; Wulandari, Mayako, et al., 2025). Dengan kata lain, perusahaan dapat memperkuat posisinya dalam hal kelangsungan hidup perusahaan. Dengan demikian, perusahaan lebih mudah dalam menyediakan barang dan jasa yang dapat memberikan kepuasan lebih besar bagi konsumennya.

Definisi Makanan Tradisional

Makanan tradisional adalah makanan yang diwariskan secara turun-temurun dan memiliki Aspek budaya masyarakat Batak di Sumatera Utara Indonesia sangat identik dengan kuliner tradisional Batak. Kuliner Batak ini bukan sekadar untuk memenuhi kebutuhan gizi dan nutrisi namun untuk pemeliharaan dan penghargaan terhadap nilai sosial dan budaya. makanan tradisional adalah bentuk warisan dari leluhur terdahulu dengan mengelompokkan berbagai jenis makanan, lauk pauk, sayuran, jajanan dan minuman.

Karakteristik kuliner Batak

- Penggunaan Rempah Khas : Batak Food terkenal dengan rempah -rempah khusus, seperti *Andaliman*, juga dikenal sebagai "*Batak Pepper*," yang menambahkan tendangan pedas yang khas yang cukup unik untuk hidangan mereka.
- Teknik memasak tradisional: Hidangan seperti *Arsik*, yang dimasak dengan

teknik "*Mangarsik*" khusus (di mana mereka dimasak dengan bumbu), dan *Saksang*, yang menggunakan metode memasak daging dengan darah untuk benar-benar meningkatkan rasa.

Aspek dari makanan dan minuman itu meliputi bahan baku, cara pengolahan dan cara penyajiannya. Bahan baku dinilai sebagai aspek daya tarik wisata kuliner, karena bahan baku mengidentifikasikan corak dan ragam makanan yang akan disajikan. Dimana dalam hal ini bahan baku sangat tergantung pada keadaan alam dan pada pola hidup masyarakat. Masyarakat yang tinggal dalam lingkungan alam dengan curah hujan sangat tinggi, akan memiliki pola hidup menetap dengan sistem bercocok tanam, sehingga bahan baku yang dimiliki akan semakin beragam dan hasil olahannya pun semakin kaya. Sebaliknya masyarakat lain jika tinggal pada area padang rumput, *steppa*, *savanna* dengan iklim cukup kering, dan sistem hidup berpindah-pindah yang memiliki bahan baku yang sangat terbatas.

Kemudian Pengolahan, sejak zaman abad sebelum masehi perkembangan pengolahan makanan sudah dimulai dimana dalam pengolahan makanannya menerapkan panas yang sederhana. Seiring berjalannya waktu perkembangan penyajian makanan dan teknik pengolahannya menjadikan adanya pemahaman-pemahaman baru dalam dunia gastronomi. Contohnya *nouvele cuisine*, *classical cooking*, *moleculer*, *fusion food*, sampai dengan yang dinamakan *courtesy food gastronomie*. *Rather than focusing solely on transactional aspects, businesses are encouraged to foster trust and emotional connections with consumers-ultimately driving long-term brand loyalty*, yang menjelaskan bahwa bisnis didorong untuk membangun emosional dengan konsumen yang pada akhirnya mendorong loyalitas merek jangka panjang (Ryndian Gusty et al., 2025b).

B. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Studi ini mengadopsi pendekatan *kualitatif deskriptif*, dengan tujuan untuk menjelaskan teknik peningkatan penjualan makanan tradisional Batak dengan memanfaatkan daya tarik wisata kuliner di Kota Medan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini didasarkan pada sumber-sumber tertulis dan *online*, seperti

artikel, ulasan publik, dan studi sebelumnya, tanpa melakukan observasi langsung di lapangan. riset kualitatif dimanfaatkan untuk meneliti pada latar objek yang natural, yang mana peneliti menjadi alat utama. Dengan demikian, peneliti berpartisipasi secara langsung dalam tahapan pengumpulan data di lokasi penelitian.

Fokus Penelitian

- Metode promosi yang digunakan untuk menarik perhatian pelanggan.
- Upaya pelestarian nilai-nilai budaya Batak dalam penyajian hidangan.
- Penggunaan potensi wisata kuliner Medan guna meningkatkan penjualan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan melalui pencarian berbagai artikel atau jurnal di internet dan juga website yang berkaitan pembahasan penelitian yaitu pelestarian makanan Batak di kota Medan daya tarik makanan tradisional batak sekaligus bahan-bahan dan cara pengolahan makanan khas Batak.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Metode Promosi Yang Digunakan Untuk Menarik Perhatian Pelanggan

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Promosi merupakan teknik dan alat pemasaran agar produk ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan terlihat lebih menarik perhatian konsumen. Promosi juga digunakan untuk memberikan nilai tambah pada eksistensi suatu produk agar pelanggan mau menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan tersebut. Intinya promosi bermanfaat untuk berkomunikasi dengan konsumen dan menggerakkan hati konsumen agar mau menggunakan produk ataupun jasa dan setia menggunakannya.

- a. Media Sosial Seiring dengan perkembangan zaman, media sosial seringkali digunakan menjadi lahan untuk berbisnis. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna media sosial terus meningkat hingga 143 hingga lebih 207 juta orang yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Rata-rata pengguna media sosial bermain di platform tiktok, instagram dan facebook. Penggunaan video dan konten yang kreatif dapat memperkenalkan produk kuliner dengan baik sehingga mampu menarik calon konsumen.

- b. Aplikasi Layanan Pencarian Restoran Pemanfaatan merchant (penjual) menjalar pada pemanfaatan khusus untuk makanan. Beberapa contoh dari merchant ini adalah: Zomato, Pergikuliner, Mangan, Foodsessive, Wakuliner, Trip Advisor dan Restaurant Finder. Aplikasi ini cocok untuk konsumen yang suka mengeksplorasi jenis makanan baru dan mendapatkan informasi lengkap tanpa harus datang langsung ke tempat.
- c. Layanan Pesan Antar Layanan makanan online ini biasanya berbentuk menu makanan yang tersedia dari suatu restoran yang sudah terdaftar pada aplikasi tertentu, seperti Go Food dan Grab Food. Dengan adanya layanan makanan online ini, konsumen bisa mengefisiensikan waktunya dan menghindari kontak fisik secara langsung. Namun kekurangannya adalah biasanya harga makanan dilakukan markup terlebih dahulu jika dibandingkan dengan harga pada saat konsumen datang secara langsung. Selain itu, ongkos pengiriman biasanya mahal jika pembelian hanya untuk satu orang saja.

Upaya pelestarian nilai-nilai budaya Batak dalam penyajian hidangan.

Penelitian menunjukkan bahwa komunitas Batak masih menjaga nilai-nilai budaya saat menyajikan makanan, terutama selama acara tradisional seperti mangulosi, ulaon adat pernikahan, atau perayaan syukuran. Hidangan seperti naniura, arsik ikan mas, saksang, dan dekke na niarsik tidak semata-mata dihadirkan sebagai makanan, melainkan juga memiliki makna simbolis yang mencerminkan rasa hormat, kebersamaan, dan ungkapan terima kasih kepada leluhur serta Tuhan.

Dalam penyajian makanan, penggunaan wadah tradisional seperti piring yang terbuat dari tanah liat atau daun pisang, serta tata nuansa hidangan yang mematuhi urutan adat (seperti menempatkan hidangan utama di tengah) adalah manifestasi nyata dari pelestarian nilai budaya Batak. Ini menunjukkan adanya kesinambungan antara aspek budaya dengan praktik kuliner yang ada.

Nilai-Nilai Budaya yang Terpancar dalam Hidangan

Nilai kerja sama, yang tercermin dalam proses memasak yang dilakukan secara kolektif oleh keluarga dan tetangga sekitar. Nilai penghormatan terhadap leluhur, terlihat dari cara makanan disajikan setelah didoakan atau dipersembahkan. Nilai

kekeluargaan dan kebersamaan, diperlihatkan melalui kebiasaan makan bersama tanpa memandang status sosial yang ada. Nilai estetika tradisional, ditandai oleh penyajian makanan yang memperhatikan aspek warna, bentuk, dan simbol adat yang ada.

Penggunaan potensi wisata kuliner Medan guna meningkatkan penjualan.

- Potensi Wisata Kuliner di Kota Medan

Kota Medan diakui sebagai salah satu tujuan kuliner terkemuka di tanah air. Keanekaragaman suku yang ada, termasuk masyarakat Batak, memberikan Medan kekayaan makanan yang istimewa dan khas. Hidangan tradisional dari Batak, seperti *arsik*, *saksang*, *naniura*, dan *ombus-ombus* tidak hanya memiliki rasa yang intens tetapi juga mencerminkan budaya masyarakat Batak.

Menurut kajian yang ada, baik wisatawan lokal maupun internasional menunjukkan minat terhadap makanan lokal sebagai bagian dari pengalaman budaya yang mereka cari. Oleh karena itu, kuliner Batak memiliki potensi yang signifikan untuk menjadi daya tarik wisata yang dapat memperkuat perekonomian daerah setempat.

- Strategi Pemanfaatan Potensi Kuliner untuk Meningkatkan Penjualan

Strategi Pemanfaatan Potensi Kuliner untuk Meningkatkan Penjualan Hasil analisis menunjukkan bahwa memanfaatkan potensi wisata kuliner untuk meraih penjualan makanan tradisional Batak menggunakan beberapa pendekatan seperti: Pengembangan lokasi wisata kuliner tematik seperti pasar kuliner Batak dan festival kuliner daerah. Melakukan promosi menggunakan media sosial dan promosi berbasis digital yang menampilkan pembuatan makanan tradisional dan menjelaskan konteks budaya dibalik hidangan. Berkolaborasi dengan industri pariwisata seperti travel agent dan hotel untuk menyertakan kuliner Batak dalam paket wisata. Menciptakan inovasi dalam penyajian meskipun mempertahankan keaslian rasa seperti melalui penyajian dalam bentuk kemasan yang lebih modern dan konsep kafe tradisional Batak untuk lebih menarik generasi muda.

D. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan penjualan makanan tradisional Batak di Medan, diperlukan pemanfaatan daya tarik dari wisata kuliner. Strategi promosi melalui platform digital dan media sosial terbukti efektif dalam menarik perhatian para konsumen, di samping itu, pelestarian unsur budaya Batak dalam cara penyajian makanan—seperti penggunaan rempah khas andaliman, metode memasak tradisional, dan cara penyajian yang sesuai dengan adat—menambahkan nilai budaya serta pengalaman yang otentik bagi para wisatawan. Pemanfaatan potensi wisata kuliner di Medan melalui penyelenggaraan festival kuliner, penawaran paket wisata, dan inovasi dalam cara penyajian modern turut memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan. Dengan menggabungkan strategi promosi, pelestarian budaya, dan pengembangan objek wisata kuliner, makanan tradisional Batak memiliki potensi yang signifikan untuk dikembangkan serta meningkatkan penjualannya di Kota Medan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Subhan, E. S., & Ramadhan, R. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Bakso Mawar di Kabupaten Dompu. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.32815/jubis.v6i1.2656>
- Evrianti, H., Wanti, S., Asriadi, A., & Wulandari, P. (2025). INFLUENCER MARKETING AND PURCHASE INTENTION: THE MEDIATING ROLE OF TRUST. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(3), 545–555. <http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.11.3.545>
- Fajri, I. (2018a). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11689>
- Fajri, I. (2018b). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45.

<https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11689>

- Hadawiyah, A., Caroline, E. G., Yani, I., & Sitompul, M. S. (2025a). Makna Budaya dalam Makanan Arsik Ikan Mas: Kajian Semiotika Kuliner Lokal Masyarakat Batak Toba. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1123–1131. <https://doi.org/10.63822/wrqp926>
- Hadawiyah, A., Caroline, E. G., Yani, I., & Sitompul, M. S. (2025b). Makna Budaya dalam Makanan Arsik Ikan Mas: Kajian Semiotika Kuliner Lokal Masyarakat Batak Toba. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1123–1131. <https://doi.org/10.63822/wrqp926>
- Ibrahim, M., Dalimunthe, R., & Wulandari, P. (2025). Indonesian migrant workers in the framework of legal protection and business existence. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(7), 1–10. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i7.376>
- Kosasih, H., & Wulandari, P. (2025). Financial Technology and Green Financing: A Blend of Technology, Economy, and Environment. *Indonesian Journal of Social Economics and Agricultural Policy*, 1(1), 27–32. <https://doi.org/10.70895/ijseap.v1i1.41>
- Mayako, P. A., & Wulandari, P. (2025). Higher Education Institution Marketing: Factors Influencing Students' Decision To Choose Politeknik Negeri Medan (POLMED). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 643–649. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Purba, A. R. H. K., Syahlina, M., & Wulandari, P. (2025). The Influence of Integrated Marketing Communication Strategies on Enhancing the Adoption of GoPaylater Services. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi (IKOMIK)*, 5(1), 16–27. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v5i1.12109>
- Ryndian Gusty, Poppy Wulandari, Ira Nur Dewita Siregar, Dyah Seruni Rizqiana, & Dita Kartika Sari Hasibuan. (2025a). Interactive Marketing Communication through Live Commerce: A Pathway to Consumer Loyalty. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(1), 604–615. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1.454>
- Ryndian Gusty, Poppy Wulandari, Ira Nur Dewita Siregar, Dyah Seruni Rizqiana, & Dita Kartika Sari Hasibuan. (2025b). Interactive Marketing Communication

- through Live Commerce: A Pathway to Consumer Loyalty. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(1), 604–615.
<https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1.454>
- Tambunan, P. (2021). KEKUATAN BISNIS “DEKKE NANIURA”, KEUNIKAN KULINER TRADISIONAL SUKU BATAK (TOBA) DI PROVINSI SUMATERA UTARA, PULAU SUMATERA, INDONESIA. *Jurnal Hutan Tropis*, 9(2), 387.
<https://doi.org/10.20527/jht.v9i2.11290>
- Wulandari, P., Azra, S., Buana, S. A., Masayu, A. C. P., & Panjaitan, E. C. B. (2025). Exploration The Influence of Tiktok Live Streaming on Increasing Consumer Purchase Interest. *JURNAL BECOSS*, 7(3), 297–307.
<https://doi.org/10.21512/becossjournal.v7i3.13678>
- Wulandari, P., Mayako, P. A., & Cahyaningrum, M. (2025). Challenges, Opportunities, and the Future of the Blue Economy in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 78–90.
<https://doi.org/10.70895/jemba.v2i1.18>