



Tranformasi Digital UMKM: Aksi KKN Universitas Tidar Membangun Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Desa

Mita Rezki Kurniasari¹, Vanni Putri Sukma Wibawani², Mila Sofika Khoir³,
Salma Raikhana⁴, Muhammad Farih Fuadi⁵, Reza Noormansyah⁶

Universitas Tidar^{1,2,3,4,5,6}

Pengajuan : 14 Februari 2025
Revisi : 30 Juli 2025
Diterima : 31 Juli 2025

KeyWords: Mendut Sub-District; KKN
Universitas Tidar; digital
marketing; MSMEs;
tourism

Abstract

Mendut Sub-District has significant potential in tourism and micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, challenges in digital marketing remain a major obstacle for business owners. Universitas Tidar's Community Service Program (KKN) aims to enhance MSME competitiveness through the implementation of digital marketing strategies. This program includes digital marketing awareness sessions, product content creation training, and assistance in setting up and managing social media accounts for MSMEs. The results indicate increased awareness among business owners regarding digital marketing, improved quality of promotional content, and better utilization of social media as a marketing tool. This initiative is expected to enhance the competitiveness of MSMEs in Mendut Sub-District and contribute to the development of a technology-driven rural economy.

Kata Kunci: Kelurahan Mendut; KKN
Universitas Tidar;
pemasaran digital;
UMKM; pariwisata

Abstraksi

Kelurahan Mendut memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, tantangan dalam pemasaran digital masih menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Tidar bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui implementasi strategi pemasaran digital. Kegiatan ini mencakup sosialisasi pemasaran digital, pelatihan pembuatan konten produk, serta pendampingan dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial bagi pelaku UMKM. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap pemasaran digital, kualitas konten promosi yang lebih baik, serta optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Mendut dapat lebih berdaya saing dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa berbasis teknologi.

Penulis Korespondensi:

Mita Rezki Kurniasari
mitarezkikurniasari@students.untidar.ac.id

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pendidikan yang memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa dengan memungkinkannya untuk hidup di tengah masyarakat secara langsung. Program ini bertujuan untuk melatih mahasiswa dalam menangani berbagai permasalahan sosial yang dihadapi oleh masyarakat (Panducita et al., 2021). Kelurahan Mendut memiliki daya tarik wisata yang beragam, termasuk wisata alam, budaya, dan buatan, yang telah dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Sejalan dengan lima program unggulan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2025, yaitu Gerakan Wisata Bersih, Pariwisata Naik Kelas, Pelaksanaan Event dengan *Intellectual Property* (IP) Indonesia, serta Program Desa Wisata (Hendiyani, 2024). Diperlukan upaya strategis dalam mendukung pengembangan desa wisata. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berbasis pariwisata. Dukungan pemerintah melalui Kemenparekraf telah mendorong berbagai daerah untuk menggali dan mengoptimalkan potensi lokalnya, termasuk di Kelurahan Mendut.

UMKM dan sektor pariwisata memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja serta peningkatan kesejahteraan masyarakat, sementara sektor pariwisata berpotensi menjadi salah satu pilar utama dalam meningkatkan devisa negara serta memperkenalkan kekayaan budaya lokal ke dunia internasional. Namun, tantangan dalam pemasaran, terutama di era digital, masih menjadi kendala bagi UMKM dan pelaku pariwisata untuk berkembang lebih luas dan meningkatkan daya saingnya. Pemasaran di Kelurahan Mendut masih belum optimal, mengingat banyak warga yang belum menerapkan *digital marketing* dalam strategi bisnis. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan akses teknologi, minimnya literasi digital, serta lambatnya adopsi strategi pemasaran berbasis digital di tengah arus globalisasi. Oleh karena itu, program ini diperlukan untuk memperkuat perekonomian masyarakat, khususnya dalam pengembangan desa wisata yang lebih kompetitif.

Dengan perkembangan teknologi, pemasaran digital menjadi semakin krusial bagi sektor bisnis, termasuk UMKM dan pariwisata, untuk menjangkau lebih banyak konsumen secara efektif. Digital marketing menawarkan solusi strategis untuk memperluas jangkauan promosi, meningkatkan daya saing usaha, serta memperkenalkan produk dan potensi lokal ke pasar yang lebih luas. Pemanfaatan platform digital, seperti media sosial, situs web, dan e-commerce, memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan serta menganalisis data konsumen guna menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah dan sesuai

dengan kebutuhan pasar. Pendekatan berbasis teknologi ini memungkinkan pemasaran yang lebih personal dan efektif di era digital saat ini, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, pengelola desa wisata perlu terus melakukan inovasi dalam strategi pemasaran guna menarik lebih banyak wisatawan. Tanpa strategi pemasaran yang jelas, tepat, dan terorganisir, potensi keindahan serta daya tarik suatu desa wisata tidak akan dapat dikenal oleh wisatawan. Dalam konteks ini, digital marketing berperan sebagai alat utama dalam meningkatkan daya tarik dan eksposur desa wisata di tingkat nasional maupun internasional.

Strategi pemasaran digital yang baik memungkinkan suatu destinasi wisata menjadi lebih menarik dan kompetitif dalam persaingan dengan destinasi lainnya. Selain itu, penerapan pemasaran digital juga membuka peluang kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti agen perjalanan, influencer, serta platform promosi digital lainnya, guna meningkatkan visibilitas desa wisata. Oleh karena itu, optimalisasi teknologi digital dalam pemasaran harus terus dilakukan, karena teknologi digital telah menjadi salah satu sumber daya utama dalam menciptakan model bisnis yang lebih unggul dan berdaya saing di era modern (Darmayanti et al., 2023).

Pengelola desa wisata di Kelurahan Mendut menyadari bahwa strategi pemasaran yang efektif memiliki peranan penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan urgensi tersebut, diperlukan adanya program penyuluhan guna meningkatkan kesadaran masyarakat serta menggali lebih dalam potensi desa melalui digital marketing. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dan industri pariwisata dalam memanfaatkan teknologi digital secara lebih optimal. Kelurahan Mendut memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM dan pariwisata berbasis teknologi. Digital marketing, sebagai strategi pemasaran berbasis platform digital, memainkan peran penting dalam upaya memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing UMKM serta sektor pariwisata di Kelurahan Mendut (Naimah et al., 2020). Melalui program ini, diharapkan kolaborasi antara UMKM dan sektor pariwisata dapat menghasilkan peningkatan pendapatan lokal serta memperluas akses pasar bagi produk-produk unggulan desa.

Kegiatan ini dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada periode bulan Januari-Februari 2025 di Kelurahan Mendut, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Kondisi masyarakat yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi secara optimal, ditambah dengan minimnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk, terutama dalam pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop, menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan sektor pemasaran digital. Selain itu, beberapa faktor lain yang turut memengaruhi pengembangan UMKM meliputi keterbatasan akses infrastruktur, kurangnya kerja sama dengan pihak eksternal,

keterbatasan modal, keberlanjutan usaha, branding digital, ketersediaan bahan baku, dukungan regulasi, pemanfaatan kearifan lokal, serta tingkat partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha.

Kemampuan dan literasi masyarakat dalam bidang kewirausahaan, pemasaran, pengelolaan keuangan, serta teknologi digital sangat berperan dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan meningkatkan daya saing produk lokal. Oleh karena itu, tim KKN Universitas Tidar menyusun dan melaksanakan sejumlah program kerja yang dirancang untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan mendatangkan pemateri yang telah ahli dalam bidang digital marketing, beliau adalah Bapak Rizal Nur Cholish, M.A., dengan peserta yang ingin mengembangkan potensi UMKM-nya di lingkungan Mendut, berupa pengrajin, pengusaha catering, *dropshipper*, dan banyak usaha lainnya. Program-program yang dilaksanakan mencakup:

1. Pendataan UMKM, mengidentifikasi Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) dan sektor perkembangan ekonomi di Kelurahan Mendut, dan pelaksanaan sosialisasi pengembangan UMKM
2. Pelatihan Pembuatan Konten Produk UMKM di Kelurahan Mendut
3. Pembuatan akun media sosial UMKM di Kelurahan Mendut

Kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan Mendut, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Fokus acara ini adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Mendut. UMKM ini bekerja di berbagai bidang, seperti kerajinan tangan dan makanan, serta produk lokal lainnya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam. Pengumpulan informasi mengenai UMKM di Kelurahan Mendut serta potensi yang dimiliki oleh para pelaku usaha dilakukan melalui survei awal sebelum kegiatan dimulai, yang kemudian diikuti dengan pemaparan materi dalam sesi sosialisasi. Selanjutnya, sesi tanya jawab antara pemateri dan pelaku UMKM diselenggarakan untuk memperdalam pemahaman peserta serta memperoleh informasi yang lebih komprehensif mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM setempat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Strategi Pemasaran pada UMKM Melalui Digital Marketing

Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM di Kelurahan Mendut mengenai pentingnya pemasaran digital dan strategi pengembangan usaha. Meskipun memiliki potensi yang besar, produk-produk

UMKM masih kurang dikenal secara luas, sehingga menghadapi kesulitan dalam bersaing dengan produk dari daerah lain. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, sosialisasi ini bertujuan untuk membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing usaha.

Kegiatan ini dirancang untuk mengajarkan peserta berbagai strategi pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, serta optimalisasi pasar digital. Untuk memastikan bahwa peserta dapat menerapkan pengetahuan, pelatihan ini juga mencakup sesi praktik langsung. Melalui sosialisasi ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Mendut dapat berkembang dan memperoleh akses yang lebih luas ke pasar domestik maupun internasional. Selain itu, keberlanjutan program ini menjadi perhatian utama agar para pelaku usaha terus meningkatkan keterampilan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan dinamika tren pasar.

Sebelum sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan, dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Mendut. Tujuan dari survei ini adalah memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hambatan yang menghambat pertumbuhan bisnis lokal, khususnya dalam aspek pemasaran dan digitalisasi. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM belum memahami sepenuhnya pentingnya digitalisasi dalam strategi bisnis dan mengalami kesulitan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Salah satu faktor penghambat utama adalah kurangnya akses terhadap bimbingan dan pelatihan terkait pemasaran digital.

Oleh karena itu, pelatihan ini disusun untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital, termasuk pengembangan strategi konten yang efektif serta optimalisasi platform e-commerce. Metode pelatihan yang diterapkan mencakup kombinasi antara teori dan praktik langsung, sehingga peserta dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan dalam bisnis. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan produk-produk UMKM di Kelurahan Mendut dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, sehingga meningkatkan daya saing desa serta memperkuat perekonomian lokal. Keberlanjutan program ini menjadi aspek krusial, mengingat manfaatnya tidak hanya berdampak dalam jangka pendek tetapi juga jangka panjang.



Gambar 1. Pelaksanaan Sosialisasi Strategi Pemasaran pada UMKM melalui Digital Pelatihan Pembuatan Foto dan Video Pemasaran Produk UMKM Kelurahan Mendut

Pelatihan pembuatan foto dan video pemasaran produk diselenggarakan sebagai bagian dari upaya untuk mempromosikan UMKM di Kelurahan Mendut melalui strategi digital marketing. Tujuan utama pelatihan ini adalah membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dalam menciptakan konten visual yang menarik dan profesional, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar digital.

Kelurahan Mendut, yang terletak di Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata dengan berbagai daya tarik, termasuk Candi Mendut dan kawasan sekitarnya yang kaya akan nilai sejarah dan budaya. Tempat ini sering dikunjungi oleh wisatawan yang tertarik dengan keindahan arsitektur candi serta pengalaman budaya lokal. Namun, banyak UMKM lokal yang masih kurang dikenal oleh wisatawan, meskipun memiliki produk unggulan, mulai dari kerajinan tangan hingga kuliner khas. Salah satu penyebab utama permasalahan ini adalah minimnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran yang efektif dan menarik. Oleh karena itu, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dasar pelaku usaha mengenai fotografi, videografi, serta strategi pemasaran visual di berbagai platform digital.

Pelatihan ini difokuskan pada teknik pembuatan konten pemasaran yang efektif, guna meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di Kelurahan Mendut. Peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya penggunaan gambar dan video berkualitas tinggi dalam menarik perhatian pelanggan serta membangun citra merek yang lebih profesional. Selain itu, peserta diajarkan teknik dasar dalam pengambilan gambar dan video, termasuk komposisi, pencahayaan, serta pemanfaatan peralatan sederhana yang dapat meningkatkan kualitas visual tanpa harus menggunakan perangkat mahal.

Selain aspek teknis, pelatihan ini juga mencakup proses penyuntingan foto dan video menggunakan aplikasi yang mudah diakses, sehingga konten dapat disiapkan dan diunggah ke berbagai platform digital, seperti Shopee, TikTok, dan Facebook. Dengan menguasai teknik ini, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih percaya diri dalam mempromosikan produk secara mandiri, tanpa harus bergantung pada jasa profesional. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya mendukung peningkatan pemasaran digital UMKM, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar ke tingkat nasional dan internasional.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Foto dan Video Pemasaran Produk oleh Pemateri

Pembuatan Akun Media Sosial Produk UMKM Kelurahan Mendut

Kegiatan ini mencakup pembuatan akun media sosial untuk setiap produk UMKM di Kelurahan Mendut sebagai langkah konkret dalam mengembangkan strategi pemasaran digital. Meskipun desa ini memiliki banyak produk lokal yang unik dan bernilai jual tinggi, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara menggunakan platform digital secara optimal. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan berupa pelatihan langsung mengenai pembuatan akun di berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan TikTok Shop.

Selain sekadar membuat akun, peserta juga diajarkan cara mengoptimalkan profil bisnis agar lebih menarik bagi calon pelanggan. Materi pelatihan mencakup penggunaan foto berkualitas tinggi, penyusunan deskripsi produk yang menarik, serta pemanfaatan hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai elemen-elemen ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk di pasar digital. Pendampingan ini juga berperan sebagai langkah awal dalam meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran digital di era modern. Selain mengajarkan dasar-dasar pembuatan akun media sosial, kegiatan ini juga menekankan strategi pengelolaan akun yang efektif. Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai cara membuat strategi konten yang menarik, termasuk

penjadwalan unggahan serta variasi konten yang disesuaikan dengan karakteristik produk. Pelaku usaha juga mempelajari pentingnya interaksi dengan pelanggan, seperti membalas komentar, menggunakan fitur live streaming, serta memanfaatkan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain itu, peserta diberikan pelatihan dasar dalam analisis data media sosial untuk memahami efektivitas konten yang diunggah. Dengan kemampuan ini, UMKM dapat mengadaptasi strategi pemasaran secara lebih tepat sasaran dan efisien, berdasarkan perilaku pelanggan serta tren pasar. Melalui metode ini, diharapkan produk-produk UMKM Kelurahan Mendut semakin dikenal dan diminati oleh pelanggan dari berbagai daerah. Dengan demikian, pemasaran digital berperan sebagai strategi bisnis yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Program kerja tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Tidar di Kelurahan Mendut bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran digital. Program ini telah terlaksana dan menghasilkan pencapaian sebagai berikut:

1. Terselenggaranya program kerja Sosialisasi Strategi Pemasaran UMKM melalui Digital Marketing. Program ini diawali dengan survei terhadap pelaku UMKM di Kelurahan Mendut guna mengidentifikasi kendala dalam pemasaran produk. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Oleh karena itu, dilakukan pemaparan materi mengenai pentingnya digital marketing serta strategi pengembangan bisnis berbasis daring. Program ini berdampak pada peningkatan wawasan dan pemahaman masyarakat terkait *branding* dan pemasaran digital, yang diharapkan dapat membantu pelaku usaha mengembangkan usaha secara lebih efektif dan berdaya saing.
2. Terselenggaranya program kerja Pelatihan Pembuatan Foto dan Video Pemasaran Produk UMKM Kelurahan Mendut. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas konten pemasaran produk UMKM, sehingga lebih menarik bagi calon konsumen. Dalam pelatihan ini, peserta diberikan materi mengenai teknik pengambilan gambar dan video yang efektif, serta proses penyuntingan agar konten siap diunggah ke media sosial dan platform *e-commerce*, seperti Shopee dan TikTok Shop. Dampak dari program ini adalah meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam membuat konten pemasaran yang menarik dan profesional, sehingga dapat meningkatkan daya jual produk di pasar digital.
3. Terselenggaranya program kerja Pembuatan Akun Media Sosial untuk Produk UMKM Kelurahan Mendut. Program ini difokuskan pada pembuatan serta

pengelolaan akun media sosial bagi setiap pelaku UMKM di Kelurahan Mendut guna meningkatkan visibilitas produk di pasar digital. Dalam kegiatan ini, peserta mendapatkan pendampingan dalam pembuatan akun di berbagai platform, seperti Facebook, Instagram, dan TikTok Shop. Selain itu, peserta diberikan pelatihan mengenai strategi pengelolaan akun media sosial, mencakup pengoptimalan profil bisnis, pembuatan konten yang menarik, serta teknik interaksi dengan pelanggan agar lebih efektif dalam menarik konsumen. Dampak dari program ini adalah meningkatnya eksposur produk UMKM Kelurahan Mendut di pasar digital, yang berkontribusi pada perluasan jangkauan pasar serta peningkatan peluang penjualan.

Dengan terselenggaranya program-program ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Mendut semakin berkembang, memiliki daya saing lebih tinggi, serta berkontribusi dalam peningkatan perekonomian desa secara berkelanjutan.

SARAN

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, UMKM dan sektor pariwisata di Kelurahan Mendut perlu meningkatkan daya saing dengan menerapkan strategi pemasaran berbasis teknologi digital. Salah satu langkah utama yang harus dilakukan adalah memberikan pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM agar dapat memahami strategi pemasaran online yang efektif serta mampu menjangkau lebih banyak pelanggan.

Dalam pelatihan ini, peserta akan mempelajari cara mengoptimalkan penggunaan media sosial, teknik penulisan konten promosi yang menarik, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas produk di pasar digital. Selain itu, untuk memastikan efektivitas pemasaran digital, pelaku UMKM harus mengelola akun media sosial secara aktif dengan memposting konten berkualitas, seperti foto dan video produk yang profesional dengan konsep cerita yang menarik.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat diperluas adalah pembuatan situs web desa wisata sebagai sarana promosi terpadu. Situs web ini dapat berfungsi sebagai pusat informasi bagi pengunjung serta sebagai platform bagi bisnis lokal untuk memasarkan produk dan jasa. Dengan adanya situs web ini, UMKM dapat lebih mudah mempromosikan produknya, sementara wisatawan dapat memperoleh informasi lengkap mengenai destinasi wisata, produk lokal, serta agenda kegiatan desa.

Diharapkan, dengan penerapan strategi pemasaran digital yang terarah, Kelurahan Mendut dapat berkembang menjadi destinasi wisata unggulan, yang tidak hanya dikenal karena warisan budayanya, tetapi juga sebagai pusat ekonomi kreatif berbasis digital. Untuk memastikan keberlanjutan program ini, evaluasi dan

pendampingan secara berkala sangat diperlukan, sehingga strategi yang diterapkan dapat terus berkembang sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmayanti, P. W., I Made Darma Oka, & Fransiska Fila Hidayana. (2023). Peran Digital Marketing Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 3(2), 21–29. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v3i2.78>
- Hendiyani, G. A. D. (2024). *Siaran Pers: Kemenpar Akan Sambut Wisman Pertama di Tahun 2025 di Tiga Tahun Utama*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kemenpar-akan-sambut-wisman-pertama-di-tahun-2025-di-tiga-pintu-masuk-utama>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Rudi, H., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Panducita, G., Sabani, W. C., Agusta, Y. K., Tidar, U., & Artikel, H. (2021). KKN Tematik Universitas Tidar: Mengedukasi Mengenai Seputar Pencegahan Penyebaran Covid-19 Untuk Menyelamatkan Masyarakat Sekitar. 2(1).