

## PENINGKATAN KAPASITAS KERJASAMA LEMBAGA MELALUI PELATIHAN PENULISAN PROPOSAL KERJASAMA BAGI PENGURUS KAMPUNG WISATA PURBAYAN

Bambang Robi'in, Vera Yuli Erviana, Arif Ardy Wibowo, Iis Suwartini, Gibbran Prathisara  
Universitas Ahmad Dahlan  
[bambang.robiin@tif.uad.ac.id](mailto:bambang.robiin@tif.uad.ac.id), [vera.erviana@pgsd.uad.ac.id](mailto:vera.erviana@pgsd.uad.ac.id), [arif.wibowo@comm.uad.ac.id](mailto:arif.wibowo@comm.uad.ac.id),  
[iis.suwartini@pbsi.uad.ac.id](mailto:iis.suwartini@pbsi.uad.ac.id), [gibbran.prathisara@comm.uad.ac.id](mailto:gibbran.prathisara@comm.uad.ac.id)

### Abstract

*Purbayan tourist village has diverse tourism potential, ranging from religious, cultural, historical, and culinary tourism. These various tourist attractions have an attraction for domestic and foreign tourists. Various tour packages have been developed, including cultural tour packages, craft tour packages, and educational tour packages. Unfortunately, until now, few tourists know about and want to visit these attractions because people still need to learn more about tourist attractions in Purbayan. Various activities can be carried out to attract tourists, including collaborating with various agencies, institutions, schools, and tour travel agents. The problem faced by the management of the Purbayan tourism village is the need for more understanding of the village administrators in preparing proposals to offer cooperation to related parties in educational tourism and other tourism activities. Based on these problems, it is necessary to have training activities in preparing proposals for institutional cooperation offers for the management of the Purbayan tourist village. The purpose of this community service activity is to increase partners' knowledge in preparing cooperation proposals so that there is an increase in the capacity of institutional cooperation. This community service activity was conducted using an offline training method with target partners, namely the management of the Purbayan tourist village, a total of 12 people. This activity is carried out through socialization, training, and evaluation stages. The training activities were held on 12-13 August 2023. This community service activity has gone well and has provided an output or impact in the form of increasing the knowledge of the training participants regarding the preparation of cooperation proposals by 32,5%. Partner knowledge, which was initially 55,83%, increased to 88,33%. With this increase in knowledge, it is hoped that the cooperation of the Purwayan Tourism Village Institute will continue to increase to bring in more tourist visits.*

**Keywords:** *tour; marketing; cooperation proposals, Purbayan tourist village.*

### Abstrak

*Kampung wisata Purbayan memiliki potensi wisata yang beragam, mulai dari wisata religi, wisata budaya dan sejarah, serta wisata kuliner. Berbagai tempat wisata tersebut memiliki daya tarik bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Berbagai paket wisata telah dikembangkan diantaranya paket wisata budaya, paket wisata kerajinan, dan paket wisata edukasi Sayangnya, sampai saat ini masih sedikit wisatawan yang mengetahui dan mau berkunjung ke tempat-tempat wisata tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat masih belum banyak mengetahui tempat-tempat wisata di Purbayan. Berbagai kegiatan dapat dilakukan untuk menarik para wisatawan, salah satunya adalah melakukan kerjasama dengan berbagai instansi, lembaga atau sekolah dan agen tour travel. Permasalahan yang dihadapi oleh pengurus kampung wisata Purbayan adalah kurangnya pemahaman para pengurus kampung wisata dalam menyusun proposal untuk menawarkan kerjasama kepada pihak terkait dalam kegiatan wisata edukasi maupun kegiatan wisata lainnya. Berdasarkan pada permasalahan tersebut maka perlu adanya kegiatan pelatihan penyusunan proposal penawaran kerjasama lembaga kepada pengurus kampung wisata Purbayan. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan mitra dalam menyusun proposal kerjasama sehingga terjadi peningkatan kapasitas kerjasama lembaga. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode pelatihan secara offline dengan sasaran mitra yaitu pengurus kampung wisata Purbayan yang berjumlah 12 orang. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 12-13 Agustus 2023. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berjalan dengan baik dan memberikan luaran atau dampak berupa peningkatan pengetahuan para peserta pelatihan mengenai penyusunan proposal kerjasama sebesar 32,5%. Pengetahuan mitra yang semula 55,83% meningkat menjadi 88,33%. Dengan meningkatnya pengetahuan tersebut, diharapkan kerjasama lembaga kampung wisata purbayan akan terus meningkat sehingga mendatangkan kunjungan wisata yang lebih banyak lagi.*

**Kata Kunci:** *wisata; pemasaran; proposal kerjasama; kampung wisata purbayan.*

## 1. PENDAHULUAN (*Introduction*)

Kelurahan Purbayan berdiri pada tahun 1981 yang terbentuk dari empat Rukun Kampung (RK) diantaranya adalah RK Gedongan, RK Basen, RK Purbayan, dan RK Alun-Alun. Kelurahan Purbayan memiliki jumlah penduduk sekitar 10.176 jiwa (Erviana et al., 2021). Salah satu sektor yang menjadi unggulan dari kelurahan Purbayan adalah sektor pariwisata. Melalui sektor pariwisata, diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, menjadi stimulus bagi perluasan kesempatan kerja, pemberdayaan ekonomi kerakyatan dan perluasan kesempatan berusaha (Rahmaningtyas et al., 2022). Kampung wisata Purbayan memiliki potensi wisata yang beragam, mulai dari wisata religi, wisata budaya dan sejarah, serta sentra kerajinan. Berbagai tempat wisata tersebut memiliki daya tarik bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Pada tahun 2023 ini, kampung wisata Purbayan telah terpilih menjadi 75 desa wisata Indonesia yang diselenggarakan oleh kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pemerintah Republik Indonesia. Potensi wisata di Purbayan ini dikelola oleh Lembaga dibawah pemerintah kelurahan yaitu Kampung Wisata. Selain Kampung Wisata juga terdapat lembaga lain yang terlibat dalam menggiatkan pariwisata yaitu Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata).

Dalam upaya meningkatkan kunjungan wisata baik wisata religi, budaya dan sejarah, serta sentra kerajinan, pengurus kampung wisata purbayan telah melakukan berbagai kegiatan promosi baik secara *online* maupun *offline*. Di era globalisasi serta teknologi yang terus berkembang saat ini pemasaran dapat menerapkan suatu teknologi baru yang cepat dan mampu menjangkau konsumen secara global dalam waktu singkat dan dana yang tidak terlalu besar yaitu dengan memanfaatkan teknologi internet (Wandanaya, 2012) (Berlianantiya et al., 2021). Berbagai saluran sosial media telah dibuat dan menjadi jalur promosi secara *online* yang mulai memiliki dampak naiknya kunjungan wisata (Aliyah & Yudana, 2019) (Sumadi, 2021) (Rahmah et al., 2022). Pemanfaatan media *online* memiliki keuntungan berupa kemudahan dalam mencari informasi tentang produk, informasi ini didapat dari adanya review atau tanggapan yang telah diberikan oleh konsumen yang telah membeli produk tersebut (Auliya et al., 2017). Strategi pemasaran dengan membuat konten pemasaran dimulai dari perencanaan, pembuatan konten, dan pendistribusian konten yang mampu menarik pelanggan yang tepat, kemudian mendorong mereka untuk menjadi pelanggan (Oktarianti et al., 2022) Meskipun berbagai kegiatan pemasaran baik secara *offline* maupun *online* telah dilakukan, Sampai saat ini jumlah pengunjung belum mengalami peningkatan secara signifikan.

Kampung wisata purbayan telah memiliki paket-paket wisata yang menarik baik wisata sebagai hiburan atau bahkan wisata sebagai edukasi, religi, budaya, sejarah, dan kerajinan sebagai konten muatan lokal menjadi daya tarik tersendiri. Selain pemasaran melalui sosial media, upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama antara kampung wisata purbayan dengan agen *tour and travel* atau lembaga pendidikan seperti sekolah. Dengan bekerjasama dengan lembaga pendidikan, diharapkan akan ada kegiatan eduwisata yang saling menguntungkan antara kampung wisata purbayan dan sekolah-sekolah. Demikian juga, kerjasama dengan para agen *tour travel* juga dapat memberikan manfaat berupa peningkatan kunjungan wisata dan keuntungan ekonomi bagi kedua pihak. Permasalahannya, para pengurus kampung wisata Purbayan belum memiliki

kemampuan dalam menyusun proposal kerjasama yang baik yang dapat digunakan sebagai penawaran kerjasama antara kampung wisata purbayan dan pihak lain seperti agen *tour travel* dan lembaga pendidikan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mitra dalam menyusun proposal penawaran kerjasama dalam rangka meningkatkan kapasitas kerjasama lembaga Kampung Wisata Purbayan.

## 2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Penyusunan proposal penawaran kerjasama merupakan salah satu bentuk kegiatan pemasaran untuk meningkatkan kunjungan wisata. Proposal kerjasama merupakan salah satu dokumen yang berisi komunikasi pemasaran. Komunikasi merupakan suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada orang lain. Salah satu bidang komunikasi yang menyangkut kehidupan sosial adalah komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan (Jayanti, 2014).

Proposal merupakan kata dari bahasa Inggris yaitu *to propose* yang berarti pengajuan atau permohonan. Proposal merupakan suatu bentuk pengajuan penawaran yang berupa ide, gagasan, pemikiran, maupun rencana kepada pihak lain untuk mendapatkan suatu dukungan, ijin, persetujuan, dana, dan lain sebagainya. Terdapat beberapa jenis proposal diantaranya adalah proposal bisnis, proposal proyek, proposal penelitian, dan proposal kegiatan. Tujuan dari pengajuan proposal ini adalah untuk menyakinkan pihak yang dituju agar memberikan dukungan terhadap sesuatu yang diusulkan dalam proposal (Jayanti, 2014).

## 3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu kurangnya kemampuan dalam Menyusun proposal kerjasama maka solusi yang dapat diberikan adalah kegiatan pelatihan penyusunan proposal kerjasama. Mitra sasaran dari kegiatan ini adalah pengurus kampung wisata purbayan yang terdiri dari 12 orang sebagai sebagai ketua, sekretaris, bendahara, bagian pemasaran, dan kerjasama lembaga. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dengan tahapan kegiatan seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

- a. **Persiapan dan Sosialisasi**  
Kegiatan persiapan dilakukan untuk mempersiapkan lokasi, bahan, dan peralatan-peralatan yang diperlukan seperti ruangan, lcd proyektor, kamera dan lain sebagainya. Kegiatan sosialisasi dilakukan agar mitra memahami pentingnya kegiatan dan apa yang menjadi tujuan dari kegiatan ini. Kegiatan persiapan dan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 5 Agustus 2023.
- b. **Pelatihan**  
Kegiatan pelatihan penyusunan proposal kerjasama dilaksanakan pada tanggal 12 dan 13 Agustus 2023. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan dan meningkatkan pemahaman mitra dalam penyusunan proposal kerjasama Materi dalam pelatihan ini meliputi bagaimana kerangka proposal, komunikasi dan bahasa yang digunakan dalam proposal, serta poin-poin apa saja yang perlu atau harus ada didalam proposal. Kegiatan pelatihan ini melibatkan 5 mahasiswa dan diikuti oleh 12 orang pengurus kampung wisata Purbayan kelurahan Purbayan Kemantren Kotagede Kota Yogyakarta
- c. **Pendampingan**  
Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memastikan materi yang disampaikan pada saat pelatihan dapat dipraktikkan dengan baik. Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama 1 minggu yaitu tanggal 13 Agustus sampai dengan 20 Agustus 2023.
- d. **Evaluasi**  
Setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan tahap berikutnya adalah evaluasi. Kegiatan evaluasi ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah tujuan dari kegiatan tercapai atau tidak, selain itu juga dibahas mengenai rencana yang menjadi tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kegiatan evaluasi pelatihan dilakukan dengan *pretest* dan *posttest* yang digunakan untuk mengukur tingkat pengetahuan mitra. Perbandingan antara nilai *pretest* dan *posttest* merupakan nilai peningkatan pemahaman mitra sebagai indikator dari keberhasilan kegiatan pelatihan.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan penyusunan proposal kerjasama dalam rangka meningkatkan kapasitas kerjasama lembaga kampung wisata Purbayan ini dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus sampai dengan 13 Agustus 2023. Kegiatan diikuti oleh pengurus kampung wisata purbayan sebanyak 12 orang. Dengan kegiatan pelatihan ini diharapkan para pengurus kampung wisata purbayan memiliki pengetahuan yang baik dalam menyusun proposal kerjasama sehingga dapat meningkatkan kapasitas kerjasama lembaga anatar kampung wisata purbayan dengan agen tour travel maupun lembaga pendidikan. Dengan meningkatnya kerjasama ini diharapkan dapat mendatangkan wisatawan yang lebih banyak lagi untuk berkunjung ke Purbayan. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan selama 2 hari. Suasana kegiatan pelatihan ini terlihat seperti pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Suasana Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan penyusunan proposal kerjasama ini disampaikan oleh Bambang Robi'in, S.T., M.T., dan Dr. Vera Yuli Erviana, M. Pd. sebagai narasumber. Materi kegiatan pelatihan ini meliputi pengertian proposal, jenis-jenis proposal, unsur atau isi proposal kerjasama, dan tips-tips dalam menyusun proposal kerjasama.

Kegiatan pelatihan penyusunan proposal kerjasama ini telah berjalan dengan baik. Para peserta pelatihan sangat antusias mengikuti kegiatan. Untuk mengukur apakah kegiatan ini berhasil sesuai dengan yang direncanakan maka kegiatan ini dievaluasi dengan memberikan umpan balik berupa pretest dan posttest. Instrumen pertanyaan yang digunakan dalam pretest dan posttest adalah pertanyaan yang sama yaitu 10 pertanyaan terkait dengan materi pelatihan. Daftar pertanyaan (kuisisioner) terlihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Pretest dan Posttest

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Sebuah dokumen yang berisikan tentang rencana kerjasama antara orang atau lebih disebut...	A. Proposal B. Makalah C. Poster D. Majalah
2	Apa saja yang Anda ketahui tentang jenis dari Proposal?	A. Proposal Usaha dan Proposal Bisnis B. Proposal Wisata dan Proposal Usaha C. Proposal Bisnis dan Proposal Niaga D. Proposal Pendanaan dan Proposal Wisata
3	Bagian dari unsur proposal yang berisikan tindak lanjut dari pembahasan adalah...	A. Pendahuluan B. Penutup C. Kebutuhan Investasi D. Strategi Pemasaran
4	Proposal Kerjasama memiliki berbagai tujuan, kecuali....	A. Memperoleh dukungan dari pihak terkait B. Mendapatkan bantuan dana dari sponsor

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
		C. Melakukan tender jika berkaitan dengan Pemerintah D. Memenangkan tender dari Pemerintah
5	Apa saja yang harus ada dalam Proposal Kerjasama?	A. Pembuka dan Penutup B. Tujuan, Prospek Keuntungan, Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko C. Pelaku Investasi, Manajemen perencanaan dan Klien D. Strategi Komunikasi, Perencanaan dan Klien
6	Apakah kepanjangan dari SKU ?	A. Sisa Kegiatan Usaha B. Surat Kerjasama Unit C. Surat Keterangan Usaha D. Surat Kegiatan Usaha
7	Berikut adalah tips membuat proposal kerjasama, <b>kecuali</b> ...	A. Pemilihan target pemasaran yang tepat B. Proposal panjang dan tebal C. Penggunaan bahasa yang jelas dan singkat D. Visi dan Misi yang orisinal
8	Di dalam toko juga akan dilengkapi berbagai macam lemari kaca sebagai etalase produk-produk kebutuhan pokok yang dijual. Papan nama besar dengan tulisan nama toko juga akan dipasang untuk menunjukkan identitas toko. Pada pernyataan tersebut termasuk kedalam unsur proposal bagian....	A. Profil Usaha B. Strategi Pemasaran C. Prospek Keuntungan D. Manajemen Resiko
9	Penempatan logo usaha pada isi proposal sebaiknya pada bagian....	A. Cover Proposal B. Profil Usaha C. Strategi Pemasaran D. Kebutuhan Investasi
10	Berikut ini yang tidak termasuk Langkah-langkah menyusun proposal yang baik adalah....	A. Mengumpulkan informasi mengenai pihak yang akan dituju B. Menganalisis dan mengidentifikasi hal-hal yang layak untuk ditawarkan

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
		C. Mendiskusikan kerangka kerja yang telah disetujui
		D. Menjajaki sejauh mana pelampung proposal yang akan dituju

Berdasarkan kuisioner pada tabel 1 sebagai instrument untuk melakukan *pretest* dan *posttest*, perbandingan antara hasil *pretest* dan *posttest* merupakan indikator terjadinya peningkatan pengetahuan peserta pelatihan. Hasil perbandingan antara *pretest* dan *posttest* disajikan pada table 2 berikut ini.

Tabel 2. Perbandingan Pretest dan Posttest

No	Pertanyaan	Prosentase Pretest	Prosentase Posttest
1	Pertanyaan 1	66,67%	100%
2	Pertanyaan 2	66,67%	100%
3	Pertanyaan 3	50%	100%
4	Pertanyaan 4	50%	83,33%
5	Pertanyaan 5	50%	75%
6	Pertanyaan 6	58,33%	83,33%
7	Pertanyaan 7	58,33%	100%
8	Pertanyaan 8	58,33%	83,33%
9	Pertanyaan 9	50%	83,33%
10	Pertanyaan 10	50%	75%
	<b>Rata-rata</b>	<b>55,83%</b>	<b>88,33%</b>

Tabel 2 menunjukkan menunjukkan tingkat pemahaman peserta pealtihan sebelum dan sesudah pelatihan yang ditunjukkan dalam bentuk prosentasi dari hasil pretest dan posttest. Selisih antara posttest dengan pretest ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan sebesar 32,5% dari yang semua tingkat pemamahan peserta sebesar 55,83% meningkat menjadi 88,33%. Peningkatan ini juga terjadi pada setiap pertanyaan yang diberikan kepada peserta pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan penyusunan proposal kerjasama yang telah dilaksanakan telah berhasil dilakukan sesuai dengan tujuan kegiatan.

## 5. KESIMPULAN (*Conclusions*)

Kegiatan pelatihan penyusunan proposal kerjasama dalam uoaya meningkatkan kapasitas kerjasama lembaga Kampung Wisata Purbayan telah berhasil dilaksnakan. Kegiatan ini telah memberikan dampak adanya peningkatan pengetahuan mitra dalam menyusun proposal kerjasama lembaga sebesar 32,5% dari yang semula 55,83% meningkat menjadi 88,33%. Meningkatkan pengetahuan mitra ini diharapkan kegiatan tahun berikutnya dapat meningkatkan kapasitas kerjasama lembaga Kampung Wisata Purbayan dalam menjadi kerjasama dengan berbagai agen tour travel dan lembaga lembaga yang lain.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH (*Acknowledgement*)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana atas dukungan dari LPPM Universitas Ahmad Dahlan. Ucapan terimakasih di sampaikan kepada LPPM UAD atas dukungan dana dan sarana prasarana sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

## 7. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

- Aliyah, I., & Yudana, G. (2019). Diversifikasi Produk dan Teknik Pemasaran Kerajinan Kulit Di Solo Raya Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Imajinasi*, VIII(1), 69–76.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia. 89–98.
- Berlianantiya, M., Andriani, D. N., Daroin, A. D., Wirawan, Y. R., & Lestari, A. (2021). PENDAMPINGAN PENULISAN PROPOSAL PADA KELOMPOK BATIK LESTARI DI DESA SIDOMULYO KABUPATEN MADIUN. *D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 58. <https://doi.org/10.25273/dedukasi.v1i2.11332>
- Erviana, V. Y., Bambang Robiin, Iis Suwartini, & Arif Ardy Wibowo. (2021). Pelatihan Pementasan Virtual Seni Budaya Kelurahan Purbayan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal SOLMA*, 10(3), 510–517. <https://doi.org/10.22236/solma.v10i3.7904>
- Jayanti, G. (2014). Penerapan E-Commerce Dalam Proses Komunikasi Pemasaran Di Toko East Kalimantan Center Samarinda. *E Journal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 219–228.
- Oktarianti, R., Setyati, D., Utami, E. T., & Suwandari, A. (2022). Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM-Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya Marketing Strategy for Pottery Products in Kesilir Village-Wuluhan-Jember Regency by Digital Marketing Strategies to Overcome the Impact of the Covid-19 Pandemic (pp. 1628–1635).
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *BUDIMAS : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 4(1). <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>
- Rahmaningtyas, W., Widhiastuti, R., Purasani, H. N., Pangestu, A., & Rusdiana, R. (2022). Digital Marketing for Village Tourism. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1011–1015. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v4i2.1572>
- Sumadi. (2021). DINAMIKA TRANSFORMASI UMKM DI ERA DIGITALISASI PANDEMI COVID-19. 119–127.
- Wandanaya, A. B. (2012). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *CCIT Journal*, 5(2), 174–185. <http://ejournal.raharja.ac.id/index.php/ccit/article/view/220>