



Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM pada Kampung Wisata Nopia di Kabupaten Banyumas

¹Endang Setyawati*, ²Adhi Wibowo, ³Dhany Faizal Racma, ⁴Rosalina Yani Widiastuti, ⁵Axl Adilla

^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso

Alamat Surat

Email: ending.setiawati@stikomvos.ac.id*, adhi.wibowo@stikomvos.ac.id,
dhany.faizal@stikomvos.ac.id, rosalina.yani@stikomvos.ac.id, axladilla@stikomvos.ac.id

Article History:

Diajukan: 27 Agustus 2023; Direvisi: 29 Agustus 2023; Accepted: 30 Agustus 2023

ABSTRAK

Kampung wisata nopia adalah salah satu kampung UMKM di desa Pakunden Banyumas, yang merupakan hasil swadaya masyarakat secara mandiri dengan jumlah mencapai 120 KK, terdiri dari RT 3 & 4, dulu terkenal dengan kampung yang paling kumuh, tetapi dengan melihat potensi dari banyaknya home industry nopia yang berhasil dan turun temurun akhirnya teretuslah menjadi kampung wisata nopia sebagai makanan khas oleh-oleh Banyumas. Humas Paguyuban Nopia PM Handoyo, mengatakan bahwa kampung wisata nopia berdiri pada tahun 2018, melalui proses panjang, yang diprakarsai pertama kali oleh Bapak Sasakir sebagai sesepuh dilanjutkan generasi ke 2 oleh Bapak mangun dengan didukung oleh masyarakat setempat sehingga berdirilah Gapuro yang disebut sebagai kampung wisata nopia pada tahun 2018.

Kendala yang dihadapi mitra berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan oleh Tim PKM dalam proses pengelolaan administrasi masih bersifat konvensional, strategi manajemen marketing belum dilakukan secara profesional. Solusi yang ditawarkan kepada mitra adalah (a) Memberikan pelatihan digitalisasi pemasaran melalui sarana sosial media (b) penerapan & pelatihan aplikasi web campeny profile (c) pelatihan administrasi melalui aplikasi buku warung dan analisis laporan penjualan. Metode yang digunakan adalah metode pendampingan & pendekatan dengan cara kegiatan partisipatif aktif antara tim pengusul dan mitra, agar dalam proses penerapan PKM melibatkan dosen dan mahasiswa, hal ini merupakan salah satu bentuk kegiatan, yang mendukung program MBKM.

Tujuan dari hasil kegiatan PkM melalui digitalisasi dapat meningkatkan perekonomian dan dapat dimanfaatkan secara luas, oleh masyarakat lingkungan di sekitarnya, sehingga dosen tetap memenuhi tugas Tridarma. Sebagai tolak ukur keberhasilan PkM banyaknya permintaan pasar berupa oleh-oleh nopia dan ramainya pengunjung di wahana wisata oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara, sehingga produksi UMKM meningkat. Dengan bekerjasama melalui Progam Kemitraan Masyarakat (PKM) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) STIKOM Yos Sudarso Purwokerto. berharap. Hasil dari Solusi oleh Tim Pkm bersama mitra yaitu menggunakan teknik yang disebut Teknologi Tepat Guna (TTG), melalui digitalisasi pemasaran produk UMKM pada kampung wisata Nopia di Kabupaten Banyumas dapat bermanfaat.

Kata kunci: Kampung Nopia, Digitalisasi, Home Industri, Wisata, UMKM

ABSTRACT

Nopia tourist village is one of the UMKM villages in Pakunden village, Banyumas, which is the result of independent community self-help with a number of up to 120 families, consisting of RT 3 & 4, previously known as the most slum village, but by looking at the potential of the many nopia home

industries which was successful and passed down from generation to generation, eventually it became a tourist village of nopia as a special food for souvenirs from Banyumas. Public Relations of Paguyupan Nopia, PM Handoyo, said that the Nopia tourist village was established in 2018, through a long process, which was first initiated by Mr. Sasakir as an elder, followed by the second generation by Mr. Mangun with support from the local community so that Gapuro was established which is called the Nopia tourist village. in 2018.

The obstacles faced by partners based on the situation analysis carried out by the PKM Team in the administrative management process are still conventional, marketing management strategies have not been carried out professionally. The solutions offered to partners are (a) Providing marketing digitalization training through social media (b) implementation & training on the campaign profile web application (c) administration training via the stall book application and sales report analysis. The method used is a mentoring & approach method by means of active participatory activities between the proposing team and partners, so that the PKM implementation process involves lecturers and students, this is one form of activity, which supports the MBKM program.

The aim of the results of PkM activities through digitalization is to improve the economy and be widely utilized by the surrounding community, so that lecturers continue to fulfill their Tridharma duties. As a measure of the success of PkM, there is a lot of market demand in the form of Nopia souvenirs and the large number of visitors to tourist attractions by both local and foreign tourists, so that MSME production increases. By collaborating through the Community Partnership Program (PKM) Institute for Research and Community Service (LPPM) STIKOM Yos Sudarso Purwokerto. hope. The results of the solution by the Pkm Team and partners, namely using a technique called Appropriate Technology (TTG), through digitizing the marketing of MSME products in the Nopia tourist village in Banyumas Regency can be useful.

Keywords: Nopia Village, Digitalization, Home Industry, Tourism, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Kampung wisata nopia adalah merupakan UMKM hasil swadaya masyarakat secara mandiri dengan jumlah masyarakat yang ada berawal dari 100 kk terdiri dari (RT 3 & 4) sekarang sudah mencapai (120 kk) dulu terkenal dengan kampung yang paling kumuh, tetapi dengan melihat potensi yang besar dari banyaknya home industry nopia yang berhasil dan turun temurun akhirnya teretuslah menjadi kampung wisata nopia sebagai makanan khas oleh-oleh Banyumas. Desa Pakunden Banyumas dikatakan sebagai sentral pertama yang memproduksi nopia dan dipasarkan di pusat oleh-oleh khas Banyumas. Humas Paguyupan Parimas Mangun Handoyo, mengatakan bahwa kampung wisata nopia berdiri melalui proses panjang, berawal dari sejarah keberhasilan yang diprakarsai oleh Bapak Sasakir sebagai sesepuh pertama dibantu oleh keluarganya secara turun temurun. Kemudian dilanjutkan oleh generasi ke 2 yang dipimpin oleh Bapak mangun dengan didukung oleh masyarakat setempat sehingga berdirilah Gapuro yang disebut sebagai kampung wisata nopia pada tahun 2018.

Dari hasil Analisis situasi yang telah dilakukan oleh Tim PkM adalah Manajemen usaha yang belum profesional dan proses pengelolaan administasi masih bersifat konvensional, biaya produksi dan penjualan selama ini belum pernah dilakukan secara terpisah, pelaku home industry terkait dengan administrasi keuangan masih campur menjadi satu antara kebutuhan rumah tangga dengan kebutuhan operasional produksi, laporan pembukuan belum tersedia dengan baik, sehingga mitra berkeinginan untuk dapat memperbaiki menejemen yang baik, melalui pelatihan penerapan aplikasi buku warung dan analisa laporan penjualan. Agar supaya proses administrasi terkait dengan tiket masuk, buku tamu administrasi pendaftaran dengan kontribusi yang ada, berjalan tertib dan teratur, dengan wisata pendidikan, para wisatawan diperkenankan mencoba & melihat proses pembuatannya sampai kemasanya, karena proses pembuatan nopia sangat unik & melegenda yaitu alat tungku atau

gentongnya yang sangat besar, dapat menampung ratusan nopia atau mino, untuk memproduksinya secara bergilir sesuai dengan jadwal yang sudah dikoordinir. Selain itu, terkait strategi pemasaran melalui cara tradisional yaitu “getok tular” dari mulut ke mulut sehingga menyebabkan hasil produksi penjualan kurang maksimal. Mitra berkeinginan untuk pemasarannya didukung dengan penerapan aplikasi web compeny profile dan media sosial antara lain FB, IG, youtube tiktok, untuk memperkenalkan wisatawan domestik maupun mancanegara dengan melibatkan program kerjasama pendidikan, sebagai sasarannya adalah anak-anak PAUD, TK, SD, SMP, SMA, bahkan PTS maupun PTN yang ada di daerah sekitarnya, dapat mengetahui tempat pariwisata education kampung nopia di Banyumas.

Dengan melihat home industry di desa pakuncen dapat menjadi central nopia satu satunya makanan khas oleh oleh Banyumas, serta memotivasi generasi muda untuk berwirausaha. Maka LPPM STIKOM Yos Sudarso bekerjasama dengan mitra melalui program PkM sebagai salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat membantu memberi solusi melalui "Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Pada Kampung Wisata Nopia Di Kabupaten Banyumas". Sehingga target menjadi percontohan sebagai kampung home industry dan pariwisata pendidikan di Tingkat nasional terwujud.

Tujuan digitalisasi nantinya dapat memudahkan calon wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mendapatkan informasi melalui web campeny profile, dampaknya lebih luas dikenal, sehingga dapat meningkatkan perekonomian UMKM setempat. Diharapkan melalui home industry dan wahana wisata pendidikan, dikabupaten Banyumas dapat mendukung Mendikbudristek program MBKM salah satu kebijakan yang akan membawa perubahan positif pada masa depan generasi muda, melalui kurikulum berbasis MBKM. Dengan melibatkan UMKM sehingga dapat memotivasi & menanamkan jiwa kewirausahaan secara dini, stakeholder yang terlibat home industry UMKM dan dunia pendidikan.





Permasalahan Mitra

Berdasarkan uraian analisis hasil yang dilakukan Mitra bersama dengan tim PkM, diketahui bahwa kendala mitra antara lain yaitu:

1. Bagaimana cara menangani strategi pemasaran yang belum maksimal sehingga berharap kedepan informasi terkait dengan informasi pariwisata kampung nopia lebih dikenal. Selain itu masih bersifat tradisional dalam mengenalkan produk dan tempat, istilah jawa yaitu getok tular dari mulut ke mulut, sehingga hal ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat kurang optimal, dilihat dari data pengunjung rata-rata hanya sekitar Banyumas.
2. Bagaimana cara mengelola laporan analisis penjualan & administrasi keuangan. Sistem yang sedang berjalan masih bersifat konvensional yaitu antara operasional kebutuhan rumah tangga & operasional harian masih satu pintu dan banyak berkas yang hilang. Pencatatan pembukuan usaha & evaluasi secara keseluruhan dalam kegiatan menyangkut aktivitas maupun *cash flow* dan pencatatan untuk operasional harian bagi UMKM selama ini tidak pernah dilakukan dengan tertib, dan merupakan bagian yang tersulit dilakukan, karena selama ini tidak pernah melakukan pencatatan.
3. Bagaimana cara merancang dan membangun untuk menerapkan web company profile sebagai media promosi yang lebih efektif untuk pelayanannya.

Dari ketiga kondisi tersebut diatas dapat pengusul rumuskan masalahnya “Apakah melalui Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM pada Kampung Wisata Nopia di Kabupaten Banyumas, dapat meningkatkan pelayanan dan ekonomi masyarakat”.

Tujuan dari hasil kegiatan PkM melalui digitalisasi dapat meningkatkan perekonomian dan dapat dimanfaatkan secara luas, oleh masyarakat lingkungan di sekitarnya, sehingga dosen tetap memenuhi tugas Tridarma. Sebagai tolak ukur keberhasilan PkM banyaknya permintaan pasar berupa oleh-oleh nopia dan ramainya pengunjung di wahana wisata oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara, sehingga produksi UMKM meningkat.

Berdasarkan permasalahan diatas maka Tim PkM menawarkan kepada mitra sebagai solusi yaitu:

1. Memberikan pelatihan pengoperasian aplikasi Buku warung untuk transaksi penjualan barang dan analisis laporan administrasi keuangan kepada seluruh pelaku usaha UMKM yang akan dibimbing untuk membuat catatan pembukuan sehingga laporan pembukuan keuangan dapat dilakukan dengan tertib, disiplin.

2. Pelatihan digitalisasi pemasaran atau marketing melalui sarana sosial media seperti IG, FB, WA, Tiktok dan youtube, video marketing yang menarik perhatian calon pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang di tawarkan,

Pelatihan administrasi aplikasi website, hal yang sangat penting dalam dunia bisnis. Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses diseluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website juga merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara, dan animasi sehingga menarik untuk di kunjungi & menciptakan brand story, untuk menunjukkan keunikan dari kampung wisata nopia sebagai makanan khas di Kabupaten Banyumas.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan PKM metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi mitra adalah dengan cara pendampingan dan kegiatan partisipatif aktif antara tim pengusul dengan mitra, Tim pengusul sebagai pengendali program berperan aktif melakukan pelatihan, pendampingan dan pembinaan secara berkala kepada para mitra dengan cara koordinasi intens selama program berlangsung.

Metode pendampingan meliputi pendampingan dalam pelatihan pemasaran, pemasaran merupakan bagian dari perencanaan bisnis, hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan promosi (Melati, 2017). Sebelum melakukan pelatihan dan penyuluhan, terlebih dahulu, pengusul melakukan survey pengumpulan data dengan cara membagikan kuisioner di lingkungan pegiat UMKM didesa pakunden Banyumas. Sumber data baik secara langsung maupun tidak langsung didapatkan dari ketua pegiat UMKM oleh Bapak Agus Sila dan Bapak Joko Mulyono, mengenai perkembangan usaha yang dijalankan serta kendala usaha yang dihadapinya selama ini yaitu masalah strategi pemasaran digitalisasi produk & wahana wisata, serta sosialisasi administarasi website dan laporan keuangan, melalui buku warung.

Untuk peningkatan kapasitas ketrampilan bagi pelaku pegiat UMKM produksi nopia ini dilakukan secara praktis dan sederhana menjadi pilihan, pesertanya adalah kelompok masyarakat UMKM yang ada di desa pakunden Banyumas.

Beberapa rangkaian kegiatan meliputi:

- a. Tahap Persiapan

Tahap Persiapan kegiatan tim PkM melibatkan para pegiat UMKM. Penyuluhan dan pelatihan ini bertempat langsung dipegiat UMKM Kampung wisata nopia Pakunden Banyumas.

- b. Tahap Pengkajian

Pengkajian dilakukan melalui pengumpulan data awal melalui kuesioner, wawancara dan observasi langsung dengan sesepuh Ketua paguyuban UMKM. Kami memperoleh data mengenai awal Sejarah berdirinya kampung wisata nopia, kebutuhan serta kesulitan yang dihadapi atas usahanya serta kemampuan dalam mempromosikan produknya, sejauh yang dilakukan apakah sudah memanfaatkan kemajuan teknologi atau masih tradisional.

- c. Tahap Perancangan Program

Tahap perancangan program, dilaksanakan di kampung wisata nopia dengan membuat aplikasi web campeny profil usaha nopia mulai dari ide pencetusan pembuatan nopia sampai pada usaha yang dijalankan hingga sekarang. Kemudian dilanjut dengan penyampaian materi mengenai usaha yang dijalankan, juga strategi pemasaran dan analisis laporan administrasi penjualan melalui Buku Warung oleh pelaku UMKM.

- d. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap ini merupakan penyusunan program melalui pelatihan dan pendampingan untuk memberikan ketrampilan di bidang pemasaran khususnya tentang strategi pemasaran

melalui digitalisasi dengan memanfaatkan sarana media social yang ada, di dampingi sesuai bidang kepakarannya.

e. Tahap Evaluasi program

Tahap ini dilakukan untuk mengevaluasi apa yang sudah dilakukan oleh Tim PkM apakah sesuai dengan tujuan dan target yang dapat memberikan kontribusi pada pegiat UMKM.

f. Tahap Berakhirnya program dengan melaporkan dan presentasi.

Tahap ini merupakan berakhirnya kegiatan PkM di kampung pariwisata nopia desa pakunden Banyumas dengan melakukan serah terima bantuan berupa PC dan program aplikasi web campeny profile untuk mendukung sistem digitalisasi marketing dan administrasi menejemen.

Dari ke enam tahapan di atas dapat ditetapkan materi apa yang akan disampaikan dalam Pengembangan usaha melalui strategi digital marketing. Pelatihan terbagi menjadi tiga sesi terdiri dari:

- a) Peningkatan kualitas dan strategi digitalisasi pemasaran, produksi nopia menjadi makanan khas di kabupaten Banyumas, yang dikemas dengan baik menarik, mempunyai daya tahan lama, dengan manfaat komposisi gizi yang jelas adalah merupakan bentuk inovasi yang bagus sesuai dengan hasil dari proses produksi yang berkualitas. Dengan mempersiapkan data kuisisioner yang berisi pertanyaan kepada masyarakat, nantiya dibagikan untuk bersedia menjawab. Hal ini dapat dilihat dari kuesioner yang dihasilkan dari peserta tentang pentingnya kualitas produksi Nopia
- b) Pelatihan dan pemanfaatan buku warung dan analisis laporan penjualan administrasi keuangan kepada seluruh pelaku usaha UMKM akan dibimbing untuk membuat catatan pembukuan sehingga laporan pembukuan keuangan dapat dilakukan dengan tertib, disiplin. Karena untuk dapat menghitung pendapatan dan pengeluaran antara operasional kebutuhan rumah tangga & operasional produksi nopia harian . fungsi buku warung sangat bermanfaat anantara lain dapat memamntau pemasukan dan pengeluaran, semua aktifitas kegiatan dapat dipantau dengan mudah seperti catatan utang dan piutang, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, melalui HP pemilik UMKM bisa memiliki aplikasi Buku Warung yang dapat membantu pembukuan keuangan usahanya. Karena semua jenis usaha baik kecil maupun besar perlu pembukuan yang jelas.
- c) Penerapan administrasi aplikasi website, yang merupakan hal penting dalam dunia bisnis untuk menjalin relasi pemasaran terkait informasi produk lebih luas sehingga dengan menerapkan web secara dinamis dalam membuat content meliputi, Membuat web, bentuk dan bagian-bagian web, menyusun konten dalam web (narasai maupun gambar), yang bagus dan komunikatif sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung.

Gambar kegiatan Pelatihan membuat nopia sebagai makanan khas Banyumas yaitu:



Gambar kegiatan Pelatihan pendampingan menggunakan teknologi tepat guna dengan Buku warung:



Gambar kegiatan Pelatihan pendampingan menggunakan teknologi tepat guna dengan digitalisasi sosial media:



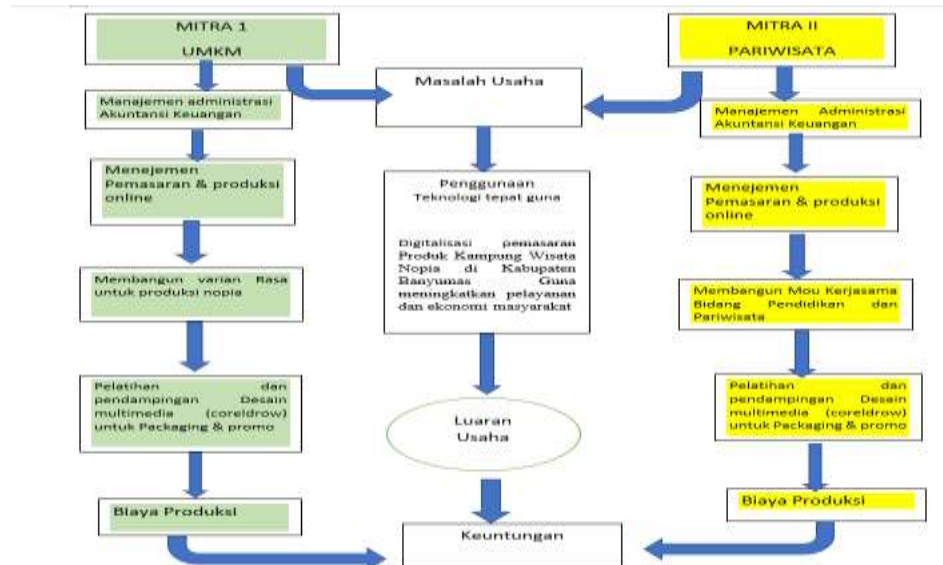
Gambar kegiatan Pelatihan pendampingan menggunakan teknologi tepat guna dengan administrasi website.



Gambar serah terima software dan hardware agar bermanfaat khusus di kampung nopia.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program “Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM pada Kampung Wisata Nopia di Kabupaten Banyumas” adalah:

1. Dalam perencanaan program, masih terbatas pada partisipasi tidak langsung, dimana masyarakat UMKM ikut andil dalam memberikan ide-ide terkait dengan program yang sesuai untuk dijalankan, dimana penyampaian ide atau gagasan tersebut diberikan kepada perwakilan dari setiap program. Kemudian ide dari masyarakat tadi akan disampaikan dalam rapat bersama dengan pendamping.
2. Dalam pelaksanaan program, pada tahap ini partisipasi masyarakat dilakukan melalui keikutsertaan masyarakat penggiat UMKM, dalam memberikan kontribusi guna menunjang pelaksanaan program yang berbentuk tenaga, pikiran, barang ataupun informasi, dalam pelaksanaan program PkM.
3. Dalam evaluasi program, masih cenderung partisipasi masyarakat belum dapat terlibat langsung, hanya melalui perwakilan-perwakilan dimana yang ikut di dalam kegiatan evaluasi adalah pengurus serta ketua paguyuban.
4. Ruang sosialisasi disediakan oleh pihak mitra.
5. Hambatan-hambatan yang dihadapi cukup besar, dikarenakan adanya faktor kurangnya kesadaran masyarakat dalam melaksanakan kewajibannya



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara garis besar, dalam kegiatan PKM ini, yang telah dilaksanakan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi oleh mitra adalah dengan cara kegiatan partisipatif aktif antara tim pengusul dengan mitra, Tim pengusul sebagai pengendali pembinaan secara berkala kepada para mitra dengan cara koordinasi intens. Adapun Hasil yang diterapkan adalah:

- Pelatihan pembuatan dan pengoprasian sosial media agar mitra lebih lancar dalam mengoperasikan penggunaan sosial media (tiktok, vidio, flayer) untuk memasarkan dan mengenalkan produk sehingga, sampai mancanegara dan mudah terjangkau. Hasil dari kuesioner nilai pretes dan post tes, rata rata sangat setuju 80 % berhasil mengoprasikan sosial media.
- Pelatihan Produk Teknologi Tepat Guna yang berupa buku warung sehingga home industri dikampung nopia dapat membuat laporan keuangan, serta dapat mengontrol di manajemen keuangan pengawasan usaha. Hasil dari kuesioner nilai pretes dan post tes, rata rata sangat setuju 80 % berhasil mengoprasikan buku warung untuk transaksi keuangan.
- Pelatihan Website dengan tujuan untuk promosikan / memperkenalkan kampung nopia, lebih luas ke masyarakat, sekaligus mengatasi administrasi pendaftaran dan pelatihan pengenalan produk nopia sebagai makanan khas Banyumas, lebih efisien. melalui PKM diharapkan dapat meningkatkan produksi, sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di kampung nopia. Berdasarkan hasil dari kuesioner nilai pretes dan post tes, rata rata sangat setuju 80 % berhasil mengoprasikan website dengan alamat link kampungnopia.com.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang telah dlakukan pada mitra dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

- Pemanfaatan teknologi tepat guna yang di gunakan pada proses digitalisasi mampu memberikan dampak positif bagi mitra dalam hal pemasaran dan pengenalan produk oleh oleh khas makanan Banyumas.
- Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna yang berupa aplikasi buku warung sehingga home industri dikampung nopia dapat dapat membuat laporan keuangan, serta dapat mengontrol manajemen pengawasan usaha.
- Dengan menggunakan Produk Teknologi Tepat Guna yang berupa Aplikasi Website dan sehingga home industri dikampung nopia dapat membuat konten yang menarik dan dapat

memberikan informasi secara efektif dan efisien sehingga lebih mudah pelayanannya sampai mancanegara.

4. Dengan diterapkannya metode-metode yang dilakukan pada kegiatan pelatihan ini membuat mitra lebih produktif dan inovatif dalam berkarya.

Saran yang dapat diberikan oleh pengabdian kepada mitra adalah sebagai pelaku UMKM kedepannya harus lebih kreatif dalam membuat konten dan promo dengan memanfaatkan media sosial, dan pengembangan website melalui mobile untuk pariwisata kampung nopia supaya lebih dikenal oleh masyarakat baik domestik maupun mancanegara.



5. DAFTAR PUSTAKA

- E. Setyawati, dkk. 2020. Pengukuran Fungsionalitas, Kehandalan, Efisiensi, dan Kegunaan pada Pengembangan Sistem Informasi Pemesanan Tiket Wisata Online pada Lokal Wisata Hutan Pinus Limpakuwus Banyumas, Jurnal Humaniora.
- E. Setyawati dkk., 2021 Rancang Bangun Berbasis website dengan penerapan QR Code pada pengelolaan persediaan barang. Penerbit Insan Cendia Mandiri.
- Isbandi, Rukmito Adi. 2007. Perencanaan Partisipasi Berbasis Aset Komunitas dan Pemikiran Menuju Penerapan, Depok: Fisip UI Press.
- Miles, Matthew & Huberman, A. Michael. 2014. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UI Press.
- Slamet, Y. 1990. Konsep-Konsep Dasar Partisipasi Sosial. Yogyakarta: Pusat Antar Study sosial UGM.
- Ryanti, T., 2017. Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Di Desa Swarga Bara Kabupaten Kutai Timur.
- Cahyono Y Dkk (2020) Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi Penerbit CV. Pena Persada Riau Pekanbaru.
- Firmansyah Dkk (2020) Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Teknopreneurship) Penerbit CV. Pena Persada Riau Pekanbaru.
- Fahmi K, dkk (2020) Did Servant, Digital and Green Leadership Influence Market Performance? Evidence from Indonesian Pharmaceutical Industry, Sys Rev Pharm 2020;11(9):642-653 A Multifaceted Review Journal in The Field of Pharmacy See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/345993339> Sys Rev Pharm 2020;11(9):642-653.
- Indrawan I, Dkk (2020) Digital Busines Penerbit CV. Pena Persada Riau Pekanbaru.
- Musnaini Dkk, (2020) Digipreneurship (Kewirausahaan Digital) Penerbit CV. Pena Persada Riau Pekanbaru.
- Suherman Dkk (2020) Digital Marketing, Penerbit CV. Pena Persada Riau Pekanbaru 9. Wijoyo H, dkk (2020) A Systematic Literature Review of Education Financing Model in Indonesian School Article in Systematic Reviews in Pharmacy · November 2020 DOI: 10.31838/Srp.2020.10.96.
- Wijoyo H, dkk (2020) Effect of Product Innovation and Marketing Strategy On Consumer Purchase Decisions in Indonesia's Lightweight Roof Steel Industry Article in Journal of Critical Reviews · July 2020 Doi: 10.31838/Jcr.07.13.630.
- Wijoyo H, dkk. (2020) Digitalisasi UMKM Penerbit CV Insan Cendekia Mandiri 12. Wijoyo H, Dkk (2020) Digital Economy Dan Pemasaran Era New Normal. Penerbit Insan Cendekia Mandiri