


UPAYA MENINGKATKAN UMKM DENGAN DESTINASI WISATA SENDANG MBEJI DI DESA KEMIRI, KECAMATAN KEBAKKRAMAT, KABUPATEN KARANGANYAR

Adnan Terry Suseno^{*1}, Dibyo Iskandar², Rina Ani Sapariyah³, BRM SuryoTriono⁴,
Septiana Novita Dewi⁵, Aris Tri Haryanto⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Dharma AUB Surakarta, Indonesia

Corresponding Author: terry.aub@stie-aub.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 03 Oktober 2022</p> <p>Revised : 01 November 2022</p> <p>Accepted : 01 Desember 2022</p> <p>Publication : 30 Desember 2022</p> <p>Keywords: MSME, Tourism, Community Service, Medium Mbeji</p> <p>Kata Kunci: UMKM, Pariwisata, Pengabdian Masyarakat, Sendang Mbeji</p> <p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	<p>Abstract: <i>There is a mutual relationship between MSMEs and the development of the tourism sector because MSME activities can support the tourism sector in terms of services and products to tourists. The tourism sector can also increase business opportunities for local businessmen and the community as well as provide a place for recreation for both local and foreign communities. therefore, the development of the tourism sector and the growth of MSMEs are interrelated as their activities complement each other. The aim of PKM itself is to help develop the tourism potential in Kemiri Village and its MSMEs. In addition, we also focus on developing MSMEs around Sendang Mbeji in Kemiri Village. In this activity we have 4 stages of activity, namely 1. Survey, 2. Outreach, 3 Training, and 4 Monitoring. With the various training and mentoring programs that we have provided, we hope that MSMEs in Kemiri Village can be more advanced and can support tourism there and can boost the economy in their area. Keywords: UMKM, Tourism, Community Service.</i></p> <p>Abstrak: Adanya hubungan yang saling membutuhkan antara UMKM dan pengembangan sektor pariwisata karena kegiatan UMKM dapat mendukung sektor pariwisata dalam hal layanan dan produk kepada wisatawan. Sektor pariwisata juga dapat meningkatkan peluang bisnis untuk para pembisnis lokal serta masyarakat maupun menyediakan tempat refreasing bagi masyarakat baik lokal maupun mancanegara. oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata dan pertumbuhan UMKM saling terkait karena kegiatan mereka saling melengkapi. Tujuan dari PKM sendiri untuk membantu mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa Kemiri maupun para UMKMnya. Selain itu kami juga berfokus pada pengembangan UMKM Di sekitar Sendang Mbeji yang ada di Desa Kemiri, Dalam kegiatan ini kami mempunyai 4 tahapan kegiatan yaitu 1. Survei, 2. Sosialisasi, 3 Pelatihan, dan 4 Monitoring. Dengan berbagai program pelatihan dan pendampingan yang telah kami berikan, harapan kami semoga UMKM yang ada di Desa Kemiri bisa lebih maju serta menjadi penunjang pariwisata yang ada di sana dan bisa menaikkan perekonomian di wilayahnya. Kata kunci: UMKM, Pariwisata, Pengabdian Masyarakat.</p>
---	---

PENDAHULUAN

Sendang Mbeji memiliki pesona wisata yang unik, dimana masih ada unsur magic di tempat tersebut. Masyarakat disekitar masih mempercayai bahwa apabila ada hajat atau keinginan tertentu masih ada yang bertapa di sendang Mbeji. Disekitar sendang Mbeji masih terdapat sesaji yang diletakkan masyarakat dengan kepercayaan mereka agar penunggu sendang Mbeji tersebut tidak mengganggu. Lingkungan yang asri serta batang pohon yang besar serta tumbuh horisontal menjadi pemandangan yang tidak biasa. Sekitar sendang Mbeji disewakan untuk stand pedagang makanan sehingga pengunjung bisa wisata kuliner.

Sendang Mbeji diresmikan pada 9 Januari 2022 oleh kepala desa Kemiri Amin Sadimin dan dihadiri oleh Camat Kebakkramat Sriono Budi Santoso, S.Sos, M.Si bersama dengan Polsek dan Koramil Kebakkramat. Sendang Beji merupakan sebuah lokasi sumber mata air yang cukup lama terbengkalai dan berpotensi disalahgunakan untuk aktivitas yang bersifat negatif. Pemerintah Desa Kemiri telah melakukan renovasi dan penataan lokasi sendang dengan pemasangan paving, pagar serta lampu taman untuk penerangan pada malam hari serta penataan lokasi agar lebih tertata rapi, indah serta nyaman. Sendang Mbeji telah diubah menjadi salah satu lokasi wisata lokal untuk meningkatkan potensi ekonomi dengan menggandeng UMKM setempat. Diharapkan dengan diresmikannya sendang Mbeji menjadi RTH dan lokasi wisata maka akan banyak warga yang berkunjung serta tentu saja dapat menggerakkan ekonomi warga sekitar (<https://kebakkramat.karanganyarkab.go.id>, 2022)

Digital marketing merupakan aktivitas marketing atau pemasaran dengan memanfaatkan internet serta teknologi. Keterlibatan internet dan teknologi ini memiliki fungsi atau peran yang tidak terjangkau atau justru mulai ditinggalkan oleh praktik pemasaran tradisional, (urban,2004), Menurut Yoeti (2008:27) dalam penelitian (Dwi H, 2015) pariwisata merupakan sektor penting dalam pembangunan ekonomi karena kepariwisataan sangat erat kaitannya dengan semua sektor ekonomi. Pariwisata selain tempat hiburan merupakan tempat yang dapat digunakan untuk memperluas usaha sehingga menciptakan lapangan kerja baik bagi masyarakat ataupun pelaku UMKM.

Promosi merupakan kegiatan untuk mengajak orang atau membujuk orang agar mau membeli suatu produk. Menurut (Ri'aeni, 2015:190), dalam penelitian (Prastiyanti & Yulianto, 2019) promosi merupakan kegiatan untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan

pemasaran”. Menurut Tjiptono (2001:219) pada Penelitian (Radji & Kasim, 2020) pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Menurut (Kotler, 2002) promosi meliputi semua alat-alat dalam kombinasi pemasaran yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk guna mempromosikan suatu proses komunikasi dari penyampaian amanat atau berita tentang produk/barang atau jasa. Bauran promosi merupakan kegiatan yang terdiri dari Periklanan (Advertising), Penjualan Tatap Muka (Personal Selling), Promosi Penjualan (Sales promotion), Publisitas (Publicity), Pemasaran Langsung (Direct marketing), dan Pemasaran Melalui Internet (Internet Marketing). Sedangkan media promosi dapat dibedakan menjadi media promosi secara lisan (bertatap muka langsung, melalui telepon, videocall), media tertulis (brosur, leaflet, flyer, poster, billboard, koran), dan elektronik (televisi, radio, internet/sosial media) yang semua itu dapat masuk ke dalam bauran promosi. (Prastiyanti & Yulianto, 2019).

Pemasaran media sosial adalah pemasaran yang menggunakan media sosial dengan komunikasi dua arah secara langsung, bebas, dan seamless. (Hidayah, 2021). Menurut Lua (2017) dalam (<https://buffer.com/resources/>, 2017) terdapat beberapa media sosial yang berhasil digunakan dalam konten pemasaran seperti:

1. Facebook: Video dan konten terkurasi (kompilasi video/foto, dll.)
2. Instagram: Foto beresolusi tinggi, quotes, dan stories
3. Twitter: Konten berita, blog posts, dan GIF
4. YouTube (Indonesia): Video yang mengandung berita dan kontroversi

Saat ini masyarakat juga mengenal media sosial berupa TikTok. Menurut Vika dalam (<https://databoks.katadata.co.id/>, 2022) Pengguna TikTok di seluruh dunia cenderung mengalami peningkatan sejak awal 2020 hingga awal 2022. Dilihat berdasarkan wilayahnya, pengguna TikTok paling banyak berada di Asia Pasifik (selain Tiongkok dan India), dengan jumlah mencapai 313 juta pengguna pada 2021. Setelahnya ada Amerika Latin dan Eropa yang masing-masing sebanyak 188 juta pengguna dan 158 juta pengguna. Beberapa kelebihan TikTok untuk promosi antara lain : untuk melihat video di TikTok pengguna tidak perlu memiliki akun, video durasinya pendek, memiliki filter dan template yang beraneka ragam, variasi background musik yang kekinian, dan kelebihan TikTok tidak ada iklan. Untuk dapat memaksimalkan penggunaan TikTok sebagai media promosi kita dapat membuat video yang fun atau dengan membuat hastag sehingga video tersebut mudah dikenali.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada ini berbentuk ceramah dan diskusi kepada UMKM di Pemerintah Desa Kemiri selaku pengelola sendang Mbeji. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan solusi dalam bentuk Kegiatan pelatihan dan pendampingan Digital Marketing UMKM dengan deestinasii Pariwisata Sendang Beji Di Kebakkramat Sebagai Penguat Ekonomi Masyarakat ini dengan :

1. Sosialisasi untuk membuka wawasan UMKM di desa Mbeji tentang pentingnya media promosi UMKM dengan pariwisata sendang Beji.
2. Sosialisasi Merubah pola pikir UMKM di desa Mbeji untuk dapat memanfaatkan teknologi sebagai jembatan untuk mempromosikan UMKM.
3. Melakukan Evaluasi efektivitas kegiatan secara berkala untuk menemukan kendala dalam memanfaatkan teknologi sebagai jembatan untuk mempromosikan pariwisata.

Pengukuran tingkat keberhasilan kegiatan dengan uji beda (Paired sample t-test) serta kemampuan peserta dalam mempraktekkan kegiatan tersebut. Paired sample t-test adalah jenis uji statistika yang bertujuan untuk membandingkan rata-rata dua grup yang saling berpasangan. Sampel berpasangan dapat diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami 2 perlakuan atau pengukuran yang berbeda, yaitu pengukuran sebelum dan sesudah dilakukan sebuah treatment. Rancangan ini paling umum dikenal dengan rancangan pre-post, artinya membandingkan rata-rata nilai pre-test dan rata-rata post test dari satu sampel. Metode ini menggambarkan bahwa responden akan di ukur test pengetahuannya sebelum penyuluhan (nilai pre-test) dan di ukur test pengetahuannya setelah penyuluhan (nilai post test) selanjutnya nilai masingmasing responden di bandingkan antara sebelum penyuluhan (pre-test) dengan setelah penyuluhan (post-test).

HASIL PEMBAHASAN

Langkah-langkah membuat website menggunakan wordpress sebagai cara optimasi digital marketing adalah sebagai berikut ;

Sebagai seorang pemula, misalnya, apa yang ada di benak Anda ketika membaca artikel tentang cara membuat website di WordPress? Bisa jadi Anda sedang membayangkan betapa sulitnya proses yang harus dilalui, Padahal sebagai sistem manajemen konten, WordPress sudah memberi kemudahan bagi setiap usernya yang ingin membuat website. Cukup ikuti panduan yang kami

jabarkan di bawah ini. Kami jamin website Anda sudah bisa online hanya dalam hitungan jam.

1. Tentukan Jenis Website dan Niche (Topik)

Langkah pertama dan yang paling penting sebelum membuat website dengan WordPress adalah menentukan jenis website – bisa berupa blog, situs ecommerce, profil perusahaan, dll. Bila Anda membuat website pribadi, pilihlah topik khusus yang jadi fokus utamanya. Dengan kata lain, pilih tema (niche) untuk konten yang akan dibuat.

Topik website sangat beragam, mulai dari fotografi, kisah perjalanan (traveling), hingga kuliner. Pilihlah topik yang benar-benar Anda senangi. Melakukan sesuatu yang sudah jadi hobi dan kecintaan tentu rasanya tidak akan memberatkan, bukan?

Terlebih lagi website merupakan proyek jangka panjang. Jangan sampai di tengah jalan Anda merasa terbebani. Setelah menentukan niche yang akan dipakai, pikirkanlah tujuan utama yang hendak Anda raih melalui website.

Pertimbangkan kelompok audiens yang akan menjadi sasaran konten atau website. Ajukan pertanyaan ini pada diri sendiri: siapa yang nantinya memperoleh manfaat dan solusi setelah membaca tulisan saya? Dengan mengetahui target audiens, Anda bisa lebih mudah dalam menentukan format, gaya, dan tone penulisan.

2. Temukan Nama Domain

Langkah kedua yang tak kalah pentingnya adalah membuat nama domain. Nama domain merepresentasikan brand dan website Anda. Oleh karena itu, dalam pembuatannya, Anda harus mempertimbangkannya secara matang dan memilih dengan hati-hati.

Menurut Anda, apa yang jadi kesamaan dari Wikipedia, YouTube, dan Netflix? Ketiga layanan ini memiliki nama yang singkat dan unik serta mudah untuk diingat, diucapkan, dan diketik pada kolom browser web. Konsep inilah yang harus selalu Anda ingat saat membuat nama domain. Anda tidak ingin, kan, website sepi pengunjung karena namanya susah diingat dan diketik? Jika Anda kehabisan ide, gunakanlah website untuk mencari nama domain yang banyak tersebar di internet. Atau kalau sudah punya ide nama domain, cek melalui tool di bawah ini untuk mengetahui apakah domain incaran Anda masih bisa dimiliki. Cukup masukkan target nama Anda, lalu klik “Cek Domain” atau

tekan Enter di keyboard. Setelah menemukan nama yang pas segera daftarkan domain incaran Anda. Di Hostinger, ada banyak pilihan, mulai dari domain paling murah seharga Rp 16164 seperti xyz, online, dan store, hingga yang premium seperti .com.

3. Pilih Web Hosting

Untuk membuat website dengan WordPress, Anda membutuhkan platform web hosting. Sebelum membeli hosting yang hendak digunakan, beberapa poin di bawah ini perlu Anda ketahui dan pertimbangkan :

- a. Apa yang Anda butuhkan – berapa banyak resource yang dibutuhkan website, apa dan bagaimana rencana Anda untuk 12 bulan ke depan, dan apakah Anda berniat untuk mengembangkan situs dan memperoleh lebih banyak trafik. Misalnya, jika Anda ingin membuat server game Minecraft, Anda harus memilih layanan Minecraft server hosting dan bukannya shared hosting yang hanya menawarkan sedikit memori dan kapasitas.
- b. Uptime tinggi – website terus beroperasi 24/7 dan tidak sering down. Penting bagi Anda untuk memilih layanan web hosting dengan uptime dan server yang stabil. Misalnya, layanan hosting cloud Indonesia yang servernya terus dipantau 24 jam sehingga website jarang down.
- c. Bantuan pelanggan (customer support) – apabila website down atau mengalami kendala, Anda bisa meminta bantuan dari tim customer support.
- d. Mudah digunakan – tidak semua pemilik website punya latar belakang di dunia pemrograman. Maka dari itu, sebaiknya layanan hosting memiliki control panel yang mudah digunakan.
- e. Harga bersahabat – website adalah proyek jangka panjang. Oleh karena itu, Anda harus menghitung jumlah biaya yang akan dikeluarkan. Jangan membuang-buang uang untuk hosting yang tidak dapat memenuhi kebutuhan Anda. Kalau masih awam soal hosting dan baru belajar membuat website, Anda mungkin bisa mencari provider yang menawarkan layanan super murah tapi berkualitas.

Jika Anda memilih Hostinger, kelima poin di atas tidak perlu lagi dikhawatirkan. Bertahun-tahun Hostinger dikenal sebagai provider hosting berkualitas dengan harga bersahabat.

Bantuan pelanggannya pun bisa Anda dapatkan tak hanya dari email, tapi juga live chat. Anda dapat terhubung dengan agen yang tepat dalam waktu kurang dari semenit.

Berikut daftar harga paket hosting yang ditawarkan Hostinger:

Pilih Paket Web Hosting

Paket	Deskripsi	Harga Diskon	Harga Asli	Harga Setelah Diskon
Shared Hosting Single	Pilihan terbaik bagi user pemula	86%	Rp 89,000	Rp 12,900 /bln
Shared Hosting Premium	Untuk website pribadi	82%	Rp 139,900	Rp 24,900 /bln
Shared Hosting Bisnis	Untuk bisnis kecil dan menengah	72%	Rp 179,000	Rp 49,900 /bln

Note: All prices are per month. Extended rates are also listed for each plan.

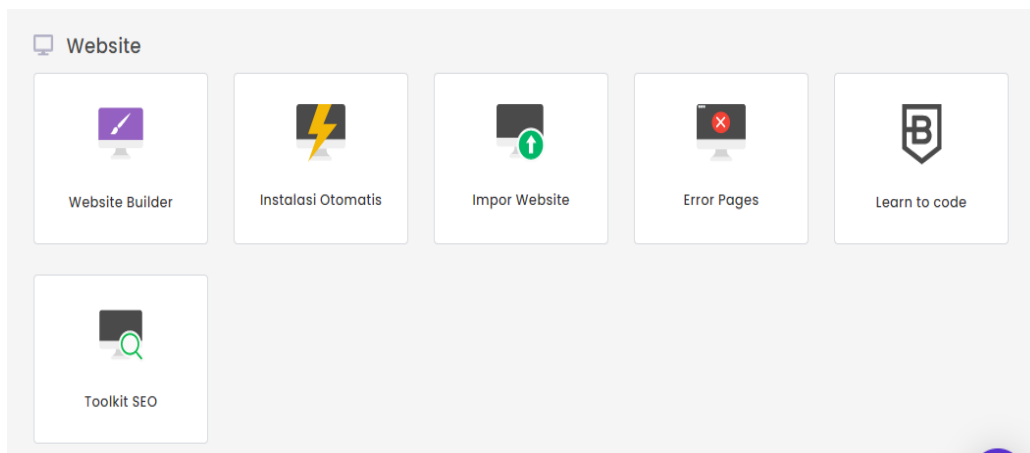
Hostinger juga menyediakan layanan hosting untuk WordPress. Paketnya beragam dan dilengkapi dengan berbagai tool yang dioptimasi khusus untuk WordPress.

WordPress Hosting Selain itu, tersedia juga paket gratis bagi yang baru mengenal dunia hosting dan ingin belajar buat website.

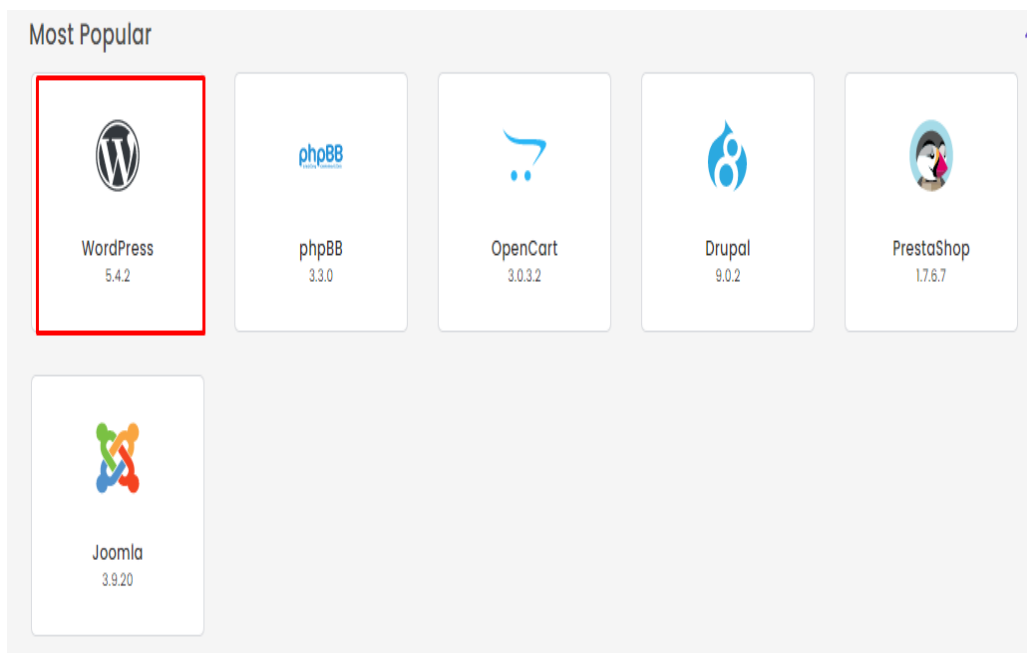
4. Install WordPress

Menginstall WordPress dapat dilakukan dengan mudah dan cepat melalui control panel Hostinger. Berikut langkah-langkahnya:

- a. Setelah masuk ke dashboard panel Hostinger, klik ikon Auto-Installer.



b. Cari dan klik ikon WordPress.



c. Masukkan informasi penting di bawah ini:

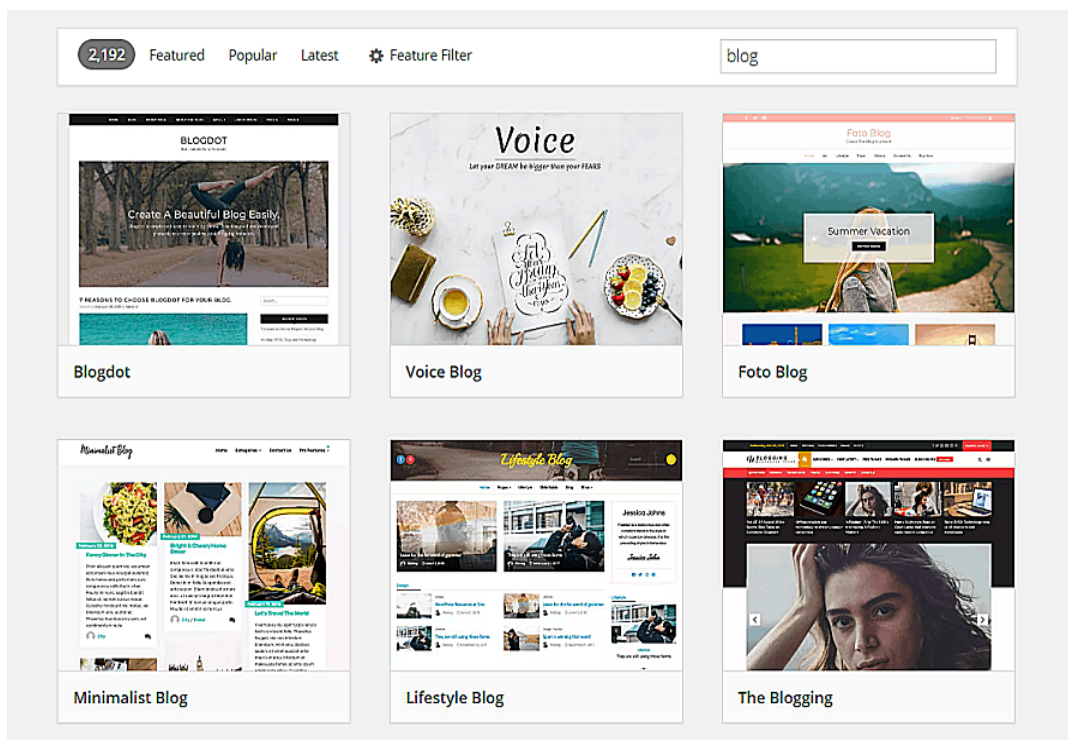
- 1) URL – domain atau alamat website WordPress yang terdaftar.
- 2) Bahasa (Language)– pilih bahasa utama untuk website WordPress.
- 3) Administrator Username – username yang digunakan untuk masuk ke dashboard WordPress.
- 4) Administrator Password – password yang digunakan untuk masuk ke admin area WordPress
- 5) Administrator email – berikan alamat email yang aktif untuk keperluan email notifikasi (pemberitahuan) dan atur ulang password.
- 6) Judul Website (Website Title) – judul atau nama website Anda.
- 7) Tagline Website (Website Tagline) – slogan atau deskripsi singkat tentang website Anda.

d. Klik tombol Install.

5. Pilih dan Ubah Tema Website

Cara membuat website WordPress tak berhenti di langkah penginstallan saja. Anda harus memilih tema agar tampilan website semakin menarik dan fungsional. Apa pun tipe blog atau website yang dipilih, semuanya membutuhkan layout dan tema. Situs ecommerce, misalnya, mengharuskan desain web yang lebih kompleks daripada desain blog.

Nah, salah satu keunggulan WordPress adalah memiliki koleksi tema untuk semua jenis website. Ada tema yang gratis, ada pula yang berbayar. Zakra, Shapely, dan Flash adalah tiga contoh tema gratis. Sementara itu, Uncode, Divi, dan X adalah contoh tema berbayar yang kami rekomendasikan. Cari dan pilih tema yang diinginkan di galeri tema WordPress. Jika membutuhkan info tambahan mengenai tema atau template gratis.



Untuk menginstall tema, masuk ke Dashboard WordPress dan arahkan kursor ke tab Appearance. Pilih Themes dan klik Add New. Cari tema WordPress yang diinginkan, lalu arahkan kursor ke tengah tema, dan klik tombol Install.

6. Install Plugin yang Diperlukan

Jika membuat web dengan WordPress, Anda juga harus memilih dan menginstall plugin yang diperlukan. WordPress memiliki sejumlah plugin yang mendukung dan menyempurnakan fungsionalitas situs, seperti kemampuan untuk menambahkan admin, perlindungan dan keamanan website, dan lain sebagainya. Berikut beberapa contoh plugin WordPress:

- WooCommerce – plugin untuk membuat web toko online. Pilihan yang tepat bagi para pelaku bisnis online yang ingin menjual produk atau layanan mereka di website berbasis WordPress.

- Yoast SEO – salah satu plugin terbaik untuk Optimasi Mesin Pencari (SEO). Tulis dan terbitkan konten berkualitas dan teroptimasi mesin pencari.
- W3 Total Cache – ketika pengunjung membuka website Anda untuk kesekian kalinya, mereka tidak perlu lagi menunggu. Website akan dimuat dengan cepat di browser pengunjung.
- Key Two Factor Authentication – plugin ini akan mengamankan dan melindungi website Anda dari akses yang tidak sah. Pemberitahuan konfirmasi akan dikirimkan melalui perangkat sekunder.

Cara install plugin:

- a. Klik opsi Plugins yang bisa Anda temukan di dashboard WordPress.
- b. Klik tombol Add New yang ada di atas halaman.
- c. Ketik kata kunci atau nama plugin yang Anda inginkan di kolom pencarian. Setelah itu, klik tombol Install New di samping plugin. Apabila sebelumnya Anda sudah mengunduh plugin, klik Upload Plugin. Pilih Choose File untuk menambahkan plugin dari komputer, lalu klik Install Now.
- d. Untuk mengaktifkan plugin setelah proses instalasi berhasil, klik Activate Plugin.

7. Optimasi Performa Website

Langkah selanjutnya yang harus Anda lakukan agar perjalanan online terasa makin menantang tapi menyenangkan adalah membangun audiens. Dengan kata lain, buatlah website yang mampu mendatangkan trafik. Untuk mewujudkannya, mulailah dengan mempromosikan website di platform media sosial dan menulis konten yang bagus secara rutin, Install plugin Google Analytics untuk melacak perkembangan website WordPress.

Observasi status dan keadaan website dan kenali pembaca konten. Jika sudah tahu bagaimana orang-orang mengakses dan menggunakan situs Anda, trafik dapat ditingkatkan dengan mudah dan cepat.

Selalu pastikan website WordPress Anda beserta elemennya hadir dalam versi terbaru. Jangan sampai ketinggalan informasi pemeliharaan atau maintenance untuk tema dan plugin serta WordPress secara keseluruhan. Dengan begitu, Anda bisa memperoleh performa website yang memuaskan, bug yang diperbaiki, fitur baru yang ditambahkan, dan sistem keamanan yang ditingkatkan.

Berikut dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada gambar 2 tim PKM melakukan pendampingan dan sosialisasi tentang strategi promosi UMKM Pemerintah Desa Kemiri selaku pengelola Sendang Beji



Gambar 3.1 Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada gambar 2 tim pengabdian kepada masyarakat mengunjungi Sendang Mbeji melihat lokasi, sarana dan prasarana agar dapat mereview sendang Mbeji sebagai sarana perbaikan yang salah satu tujuannya menarik pengunjung.



Gambar 3.2. Sendang Beji

KESIMPULAN

Berdasarkan refleksi hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Dari kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Kemiri telah berhasil memberikan kegiatan workshop pembuatan website dengan wordpres sebagai upaya peningkatan UMKM di destinasi wisata sendang Mbeji dalam optimasi digital marketing.
- b. Kegiatan telah berhasil memberikan kesadaran UMKM di destinasi wisata Sendang Mbeji pentingnya mempelajari cara pembuatan digital marketing di era sekarang ini yang menarik bagi wisatawan untuk dipromosikan lewat media massa dan media sosial.
- c. UMKM di destinasi wisata sendang mbeji akan berusaha memaksimalkan dagangan dan wisata sendang mbeji dengan membuat website menggunakan wordpress sebagai upaya peningkatan promosi.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan berkesinambungan, Adanya kesinambungan dan monitoring program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga Pengelola destinasi wisata sendang Mbeji, serta pengelola UMKM sendang mbeji bisa menyelesaikan masalah yang akan datang dengan didampingi team pengabdian sebagai langkah evaluasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini diantaranya Kepala Lembaga Penelitian Universitas Dharma AUB Surakarta dan pengabdian Kepada Masyarakat, serta para peserta pelatihan dari Desa Kemiri.

PUSTAKA

- Urban, Glen. L. (2004). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: TEXT AND CASES*. Pearson Education.
- West, Turner. (2008). "PENGANTAR TEORI KOMUNIKASI ANALISIS DAN APLIKASI". Jakarta. Salemba Humanika.
- Puntoadi, Danis. (2011). *MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI SOCIAL MEDIA*. Elex Gramedia
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *INSTAGRAM HANDBOOK TIPS FOTOGRAFI PONSEL*. Jakarta: Media Kita
- A.M, Morissan. (2010). *PERIKLANAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU*, Jakarta: Penerbit Kencana.

- Archer, J., Syrratt., G. (2003). *MANUAL OF TRAVEL AGENCY PRACTICE*. Routledge; 3 edition.
- Baltescu, C. (2016). *CULINARY EXPERIENCES AS A KEY TOURISM ATTRACTION. CASE STUDY: BRASOV COUNTRY*. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 9(58), 107-112.
- Kristina, Suryadi & Sunaryo. (2018). *EKSPLORASI POTENSI WISATA KULINER UNTUK PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KOTA TANGERANG*. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 18-23.
- Project, A., & Growth, B. (2015). *GUIDE FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM PACKAGES BASED ON ARTIFICIAL REEFS*.
- Sidali, K.L., & Hemmerling, S. (2014). *DEVELOPING AN AUTHENTICITY MODEL OF TRADITIONAL FOOD SPECIALTIES: DOES THE SELF-CONCEPT OF CONSUMERS MATTER?* *British Food Journal*, 116 (11), 1692-1709. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2014-0089>.
- Smith, S. L. J., & Xiao, H. G., (2008). *CULINARY TOURISM SUPPLY CHAINS: A PRELIMINARY EXAMINATION*. *Journal of Travel Research*, 26(3).