

Economic Empowerment of Tourism Conscious Housewives Through Social Media Marketing and Product Packaging Design

Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Sadar Wisata Melalui Pemasaran Sosial Media dan Desain Pengemasan Produk

Husnil Khatimah*¹, Abel Tasman², Wiwik Indrayeni³

^{1,2}Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

³Prodi Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang

*e-mail: husnilkhatimah@fe.unp.ac.id

Abstract

The Community Partnership Program aims to provide education and assist partners in solving priority problems by using strategic aspects of marketing, finance and product design in the form of a simple and easy to run business model that includes aspects of main partners, main activities and value propositions. The partner for this PKM activity is the Tourism Awareness Women's Group in the East Timbulan Painan tourist area in IV Jurai District, South Coast. In PKM activities, partners will collaborate and be involved in the training provided in the form of creating a business website, assisting in creating promotional content on social media, discussing variations and packaging of business products, as well as how to collaborate with outside parties, managing business finances so that partners are able to increase income. in terms of production and marketing. This PKM is expected to be able to contribute to the community, especially to POKDARWIS women independently and sustainably in accordance with government programs to improve the community's economy in local tourist destinations. The specific targets for this activity are: 1) Increase in partner turnover; 2) Increasing competitiveness (HR, raw materials, production processes, products, marketing); 3) Increasing the quality of partner/SME management (level of IT use, completeness of standard management procedures; 4) Product packaging design, social media content; 5) Increased understanding and skills of partners. The approach methods offered to solve partner problems are 1) Providing training on creating business websites that are used to market pastries and traditional food business products; 2) Increasing knowledge insight through assistance in creating product content that will be promoted through social media; 3) Provide packaging design training for pastries and traditional food businesses with certain characteristics; 4) increase the broadest knowledge of partners regarding business cooperation so that business capital does not rely on personal sources.

Keywords: Social Media, Marketing, Packaging, Product Design, Housewives

Abstrak

Program Kemitraan Masyarakat bertujuan untuk memberikan edukasi dan membantu mitra dalam menyelesaikan permasalahan prioritas dengan menggunakan aspek strategis pemasaran, keuangan dan desain produk dalam bentuk model bisnis sederhana dan mudah dijalankan yang mencakup aspek mitra utama, kegiatan utama dan proposisi nilai. Mitra kegiatan PKM ini adalah Kelompok Wanita Sadar Wisata di kawasan wisata Painan Timbulan Timur di Kecamatan IV Jurai Pantai Selatan. Dalam kegiatan PKM, mitra akan berkolaborasi dan terlibat dalam pelatihan yang diberikan berupa pembuatan website bisnis, pendampingan pembuatan konten promosi di media sosial, pembahasan variasi dan kemasan produk usaha, serta cara menjalin kerjasama dengan pihak luar. mengelola keuangan usaha sehingga mitra mampu meningkatkan pendapatan. dalam hal produksi dan pemasaran. PKM ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat khususnya ibu-ibu POKDARWIS secara mandiri dan berkelanjutan sesuai dengan program pemerintah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di destinasi wisata lokal. Sasaran khusus kegiatan ini adalah: 1) Peningkatan turnover mitra; 2) Peningkatan daya saing (SDM, bahan baku, proses produksi, produk, pemasaran); 3) Peningkatan kualitas pengelolaan mitra/UKM (tingkat penggunaan IT, kelengkapan prosedur standar manajemen); 4) Desain kemasan produk, konten media sosial; 5) Peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra. Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah 1) Memberikan pelatihan pembuatan website usaha yang digunakan untuk memasarkan produk usaha kue kering dan makanan tradisional; 2) Meningkatkan wawasan pengetahuan melalui pendampingan pembuatan konten produk yang akan dipromosikan melalui media sosial; 3) Memberikan pelatihan desain kemasan bagi usaha kue kering dan makanan tradisional dengan

karakteristik tertentu; 4) meningkatkan pengetahuan mitra seluas-luasnya mengenai kerjasama usaha sehingga modal usaha tidak bergantung pada sumber pribadi.

Kata kunci: Media Sosial, Pemasaran, Pengemasan, Desain Produk, Ibu Rumah Tangga

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk memberikan keterlibatan aktif kepada masyarakat setempat dalam mengelola, mempromosikan, dan mendukung sektor pariwisata di wilayah mereka. Pendekatan ini mendorong masyarakat untuk menjadi aktor utama dalam pengembangan pariwisata, sambil memastikan bahwa manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pariwisata dapat dirasakan secara merata oleh masyarakat setempat (Yatmaja, 2019). POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Pesona Timbulun merupakan salah satu kelompok sadar wisata yang berlokasi di Kenagarian Painan Timur, Kecamatan IV Jurai Pesisir Selatan. Kelompok ini baru saja diresmikan oleh Dinas Pariwisata dan Olahraga pada 13 Juli 2022. Untuk kategori Pokdarwis, Pesona Timbulun ini terbilang masih sangat muda sehingga masih sangat memerlukan pendampingan dalam pengembangannya. Di pokdarwis ini, selain potensi alam yang menjanjikan, usaha kue-kue kering yang dimasak secara tradisional oleh ibu-ibu Pordarwis menjadi usaha yang diwarisi secara turun temurun. Untuk mengukur kemampuan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan masyarakat dalam pengelolaan wisata dan strategi promosi wisata serta peningkatan kegiatan yang mendukung wisata seperti ekonomi kreatif diperlukan keterlibatan Pokdarwis dan masyarakat setempat mencakup jumlah anggota, tingkat kehadiran dalam pertemuan, dan kontribusi aktif dalam proyek-proyek pariwisata. (Anggreini & Maria Agatha Sri, 2020). Pemberdayaan ekonomi perempuan adalah proses yang sangat penting dalam memajukan kesetaraan gender dan pembangunan berkelanjutan. Pemahaman bahwa interaksi yang sederajat dan saling menguntungkan antara faktor-faktor pemberdaya dan perempuan yang diberdayakan adalah kunci keberhasilan dalam upaya pemberdayaan ekonomi perempuan (Supeni, & Sari, 2011). Pada POKDARWIS pesona Timbulun ini umumnya, hampir setiap perempuan disini pandai memasak makanan. Kue-kue kering dan dan makanan tradisional ini biasanya dibuat oleh ibu rumah tangga yang berpendidikan SD-SMA untuk menopang prekonomian keluarga yang pada dasarnya mata pencarian mereka adalah mengambil upah atau bertani. Mengambil upah seperti mengerjakan pekerjaan rumah di tempat orang atau upah lain tentu tidak mampu memenuhi kebutuhan setiap dikarena upah yang tidak tetap, ataupun bertani yang belum tentu menghasilkan uang kas setiap hari, melainkan menunggu masa panen baru mereka memiliki penghasilan untuk membiayai kehidupan keluarga. Oleh karena itu, perempuan di pokdarwis pesona timbulun ini terpanggil hatinya untuk membantu menopang perekonomian keluarga dengan bekerja sebagai pembuat kue-kue kering dan dan makanan tradisional dengan mempekerjakan lebih kurang 10-15 orang. Saat ini kue-kue kering dan makanan tradisional diolah menggunakan tunggu dari batu seperti pembuatan makanan zaman dahulu.

Menurut ketua pokdarwis, hal ini bertujuan untuk mempertahankan ciri khas makanan. Selain itu, proses pembuatan seperti ini akan dijadikan marketing value bagi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata disekitar timbulun. Bahan baku pembuatan makanan ini memang mudah didapatkan tetapi proses pengolahan secara manual dan tradisional memberikan nilai yang tinggi pada rasa dan ketahanan (durasi) makanan. Selain itu, bahan-bahan yang digunakan organik dan alami tanpa pengawet sehingga pesanan tetap terus berdatangan meskipun secara kuantitas tidak tetap. Kue-kue kering dijual dengan kisaran harga Rp. 55.000-60.000 per kg. Sedangkan makanan tradisional dijual dengan kisaran harga Rp. 5000-10.000 per item. Makanan yang dibuat oleh ibu-ibu pokdarwis ini kadangkala dipesan juga untuk acara-acara tertentu atau seperti hajatan. Jika dilihat dari harga masakan yang ditawarkan, produk yang dijual ini jauh dibawah harga pasar padahal jika dilihat dari proses pembuatan serta cita rasa khas nya mampu bersaing dipasaran. Namun permasalahan yang dihadapi ibu-ibu pokdarwis ini adalah bisa produksi tetapi lemah promosi dan pengemasan. Produk yang dihasilkan dijual dari mulut ke

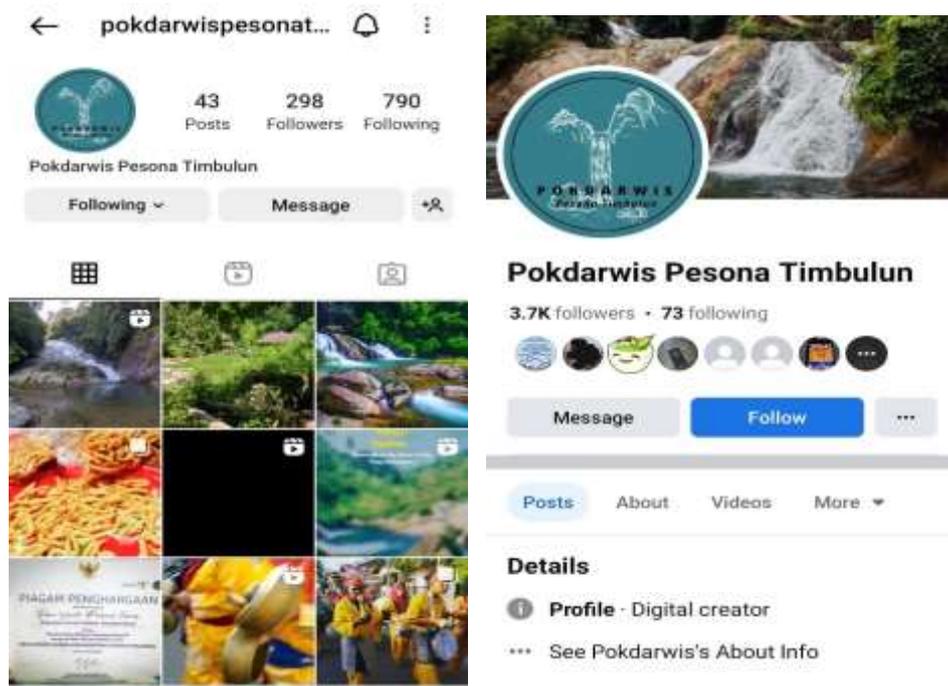
mulut, bahkan tidak ada upaya untuk memasukkan ke minimarket atau swalayan sekitar karena rendah pengetahuan dari ibu-ibu pokdarwis ini. Hal ini karena dilatar belakangi oleh rendah pendapatan masyarakat setempat khususnya pada Kawasan timbulun ini, sehingga setiap produk yang terjual per hari itulah yang dijadikan sumber pemenuhan kebutuhan harian. Kondisi ini sedikit memprihatinkan padahal produk yang dihasil mampu bersaing dipasaran. Pentingnya ada website usaha tentunya memperluas jangkauan pemasaran produk, pengenalan produk agar lebih dekat dengan konsumen serta menjadi jembatan untuk menjangkau pemasok secara berkelanjutan. Ditambahkan dengan geliat sosial media, pengembangan konten-konten juga harus menjadi perhatian agar terfokus dan sesuai dengan target pasar karena saat ini sosial media yang digunakan hanya sekedar untuk memposting kegiatan atau bahkan video-video yang tidak seharusnya ada pada konten tersebut misalnya konten seni budaya tidak seharusnya di gabung atau dibuat per sub tampilan agar terlihat lebih rapi dan mudah menjangkau konsumen. Lokasi pembuatan kue-kue kering dan masakan tradisional ini dibuat dirumah ibu-ibu yang memiliki peralatan masak yang lengkap karena dari pokdarwis ini sendiri belum memiliki fasilitas dan alat-alat masak sehingga seluruh kebutuhan memasak masih mengandalkan biaya pribadi. Juga dalam pemesanan, metode yang digunakan post order payment yaitu pembayaran dilakukan setelah pesanan selesai dibuat, padahal produk yang dijual adalah metode pre-order dimana seharusnya dalam proses pemesanan bisa ditawarkan dengan DP (*down payment*) atau pembayaran penuh sehingga menurunkan resiko dan meminimal modal pribadi. Diidentifikasi permasalahan mitra yang mendesak untuk diatasi sebagai berikut:

1. Belum memiliki website usaha untuk pemasaran digital produk usaha kue-kue kering dan makanan tradisional
2. Tidak memiliki motivasi membuat promosi produk usaha melalui sosial media
3. Pembuatan dan pengemasan produk usaha hanya mengandalkan pengalaman atau skill dari mulut ke mulut sehingga sering produk tidak memiliki rasa, kualitas dan kuantitas yang konsisten
4. Usaha masih mengandalkan modal pribadi

Beberapa contoh produk yang dijual oleh ibu-ibu pokdawis seperti di Gambar 1.



Gambar 1. Produk kue-kue kering dan makanan tradisional



Gambar 2. Sosial Media Pokdarwis Pesona Timbulun (Instagram kiri, Facebook kanan)

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan melalui tahapan persiapan meliputi koordinasi dengan pihak mitra POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Pesona Timbulun kecamatan IV Jurai, kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. Sinergi Sumber Daya: Kolaborasi dengan pihak mitra memungkinkan penggabungan sumber daya, baik itu dalam bentuk dana, tenaga kerja, fasilitas, atau pengetahuan. Ini membantu memaksimalkan efisiensi dan efektivitas pengabdian kepada masyarakat karena dapat memanfaatkan sumber daya yang lebih besar. Pihak mitra seringkali memiliki kepentingan yang serupa dalam pengabdian kepada masyarakat. Melalui koordinasi, tim pengabdian dapat memastikan bahwa tujuan dan visi bersama diidentifikasi dan dikejar. Hal ini membantu memfokuskan upaya dan menghindari konflik yang mungkin muncul. Mitra dapat membawa pengalaman, pengetahuan, dan keahlian yang berbeda ke dalam proyek pengabdian kepada masyarakat. Dengan berkolaborasi, tim pengabdian dapat memanfaatkan beragam kompetensi. Melalui koordinasi dengan mitra, dapat memitigasi risiko yang terkait dengan pengabdian kepada masyarakat. Dengan membagi tanggung jawab dan mengandalkan berbagai sumber daya, dapat mengatasi hambatan yang mungkin muncul di sepanjang jalan. Selanjutnya, sosialisasi kegiatan PKM kepada masyarakat agar mitra memahami bahwa PKM ini merupakan wujud dari dharma UNP yang ketiga yaitu pengabdian kepada masyarakat.

Persiapan pelaksanaan yang meliputi dokumen-dokumen, perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk kelancaran kegiatan PKM ini. Kegiatan inti yaitu berupa pelatihan, pembimbingan dan pendampingan dalam pengembangan produk usaha ibu-ibu pokdarwis pesona timbulun. Evaluasi bertujuan untuk melihat kontribusi dan manfaat kegiatan PKM bagi Pokdarwis pesona timbulun, kecamatan IV jurai, kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra adalah melakukan pelatihan: 1) Manajemen pemasaran (website usaha, konten sosial media); 2) Meningkatkan diversifikasi produk dengan membuat variasi bentuk, rasa, warna 3) Manajemen kualitas

pengemasan 4) Manajemen keuangan: 5) pembuatan laporan keuangan sederhana dan akses ke perbankan. Pelatihan akan diberikan oleh para instruktur yang sudah berpengalaman dalam bidang pendidikan/ilmu kesejahteraan keluarga, manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen sumberdaya manusia. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah ceramah, diskusi, tanya jawab, dan pembimbingan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian Masyarakat ini dimana mitra mendapat pengetahuan dan keterampilan mitra yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan adalah langkah penting dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Pengetahuan yang lebih baik tentang praktik-praktik terbaru, tren pasar, dan regulasi yang berlaku memungkinkan para mitra untuk membuat keputusan yang lebih cerdas dan strategis dalam bisnis mereka. Di samping itu, peningkatan keterampilan, baik dalam hal manajemen, teknologi, atau keahlian khusus dalam industri tertentu, dapat membantu mereka meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing. Hal ini tentunya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan kata lain, investasi dalam pengetahuan dan keterampilan mitra adalah langkah strategis untuk membangun fondasi ekonomi yang lebih kuat dan berkelanjutan di masa depan.

Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta ibu-ibu rumahtangga yang berada dikawasan wisata timbulun Painan. Salah satu pemilik usaha keripik "Jier" yang merupakan makanan tradisional Minangkabau antusias mengikuti pelatihan dan mempraktikan secara langsung desain kemasan yang baru sehingga terlihat lebih ergonomis dan komersil. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk makanan tradisional khas Minangkabau adalah langkah yang penting untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing industri makanan regional ini. Dengan mempertahankan akar tradisional yang khas dan autentik, sambil meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, kita dapat menghadirkan pengalaman kuliner yang lebih baik kepada konsumen serta membuka peluang bisnis yang lebih luas. Peningkatan kualitas dapat mencakup perbaikan dalam proses produksi, penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, dan penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan yang ketat. Sementara itu, peningkatan kuantitas dapat dilakukan dengan mengoptimalkan rantai pasokan, pembenihan, dan peningkatan produktivitas pertanian lokal. Dengan cara ini, produk makanan tradisional Minangkabau tetap mempertahankan keasliannya, sementara juga mampu bersaing di pasar yang semakin global dan beragam, menguntungkan produsen lokal dan mempromosikan budaya kuliner yang berharga.



Gambar 3. Kegiatan pelatihan dan pendamping di Timbulun Painan

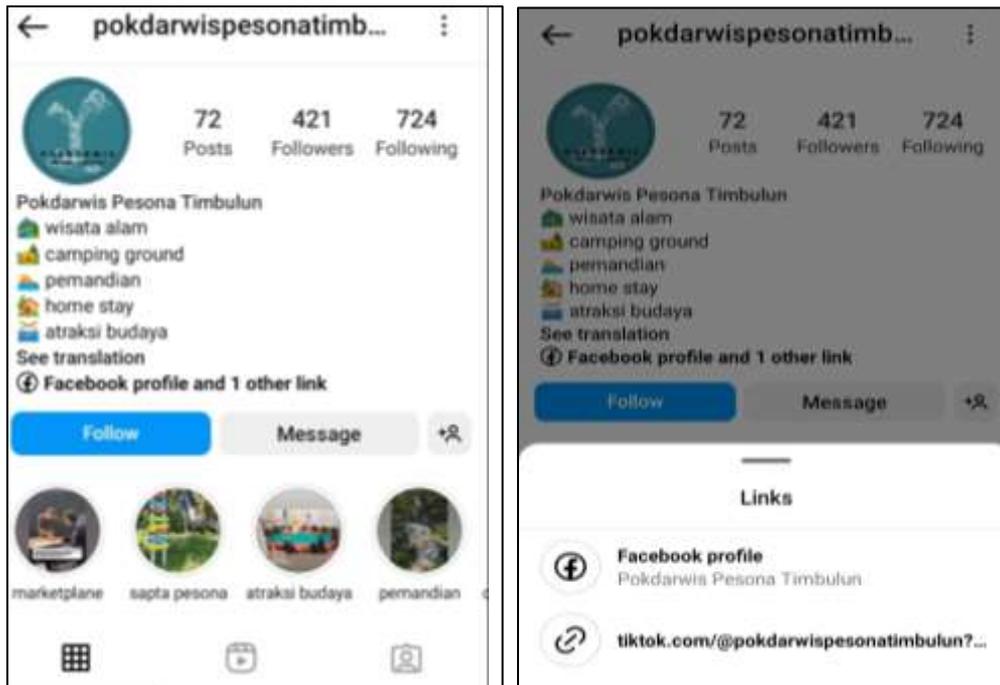


Gambar 4. Desain terbaru salah satu usaha keripik mitra



Gambar 5. Kemasan yang sudah memiliki stiker informasi produk

Meningkatkan daya tarik produk kepada masyarakat luas, memperkuat usaha agar dapat bertahan, menjadi tangguh, dan berkembang di tengah persaingan yang ketat merupakan komitmen dalam pengabdian masyarakat yang sangat penting. Ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi masyarakat serta kemampuan untuk menyajikan produk atau layanan yang relevan dan berkualitas. Dalam konteks pengabdian masyarakat, inisiatif ini juga bisa berarti memberikan pelatihan dan pendampingan kepada produsen lokal agar mereka dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam memproduksi barang atau layanan yang lebih baik. Ini akan berdampak positif pada ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat struktur ekonomi daerah. Selain itu, dengan berfokus pada pengembangan produk yang lebih baik dan pendekatan yang lebih berkelanjutan, bisnis lokal dapat menjadi contoh dalam menerapkan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkesinambungan, menguntungkan tidak hanya pemilik bisnis tetapi juga masyarakat luas dan lingkungan sekitarnya.



Gambar 6. Sosial media mitra yang telah diupdate menambahkan linkedin

Peningkatan omzet mitra melalui pemanfaatan sosial media adalah salah satu langkah penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian masyarakat dapat mengambil peran strategis dengan memberikan pelatihan dan bimbingan kepada mitra atau UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dalam penggunaan platform sosial media untuk pemasaran produk atau layanan mereka. Ini melibatkan pendekatan yang berfokus pada pengembangan keterampilan pemasaran digital, pembuatan konten yang menarik, dan pemahaman tentang analisis data untuk mengukur kinerja kampanye sosial media. Selain itu, dalam konteks ini, pengabdian masyarakat juga dapat mencakup kolaborasi dengan komunitas lokal untuk menciptakan konten yang berdampak sosial positif dan mengedukasi masyarakat tentang produk atau layanan yang ditawarkan oleh mitra. Dengan cara ini, pemanfaatan sosial media dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan omzet mitra, sementara juga mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, desain pengemasan produk dan konten sosial media memegang peran penting dalam meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan visibilitas di pasar. Ini bisa mencakup desain kemasan yang menarik dan konten sosial media yang menarik untuk menarik perhatian pelanggan potensial.

4. KESIMPULAN

Ibu-ibu pokdarwis pesona timbulun, kecamatan IV Jurai, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat telah berpartisipasi langsung sebagai peserta pelatihan dan diskusi dan diharapkan mereka aktif dalam kegiatan pelatihan ini sehingga mereka paham bagaimana pentingnya mengelola website yang tepat, konten promosi melalui sosial media, mengelola keuangan dan mencari akses pembiayaan dari luar. Dengan demikian usaha ini akan terus berkembang, kapasitas bisnis meningkat, omzet penjualan juga meningkat. peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra adalah aspek penting dalam pengabdian masyarakat. Melalui pelatihan, pendampingan, dan penyediaan sumber daya pendidikan, mitra dapat

mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih baik dan meraih kesuksesan yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Padang yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini dengan nomor kontrak: 1828/UN35.15/PM2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2017). *Strategic market management*. John Wiley & Sons.
- Anggreini, D., & Maria Agatha Sri, W. H. (2020). Pemberdayaan di sektor pariwisata sebagai upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 241-247.
- Buchari, R. A., & Darmawan, I. "Peningkatan Potensi Kewirausahaan Produk Lokal Melalui Pemasaran Digital Desa Cikeruh Jatinangor". *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 51, 2020. <http://jurnal.unpad.ac.id/sawala/article/view/26592>
- Hoque, M. E., Susanto, P., Shah, N. U., Khatimah, H., & Mamun, A. A. (2023). Does perceived behavioral control mediate customers' innovativeness and continuance intention of e-money? The moderating role of perceived risk and e-security. *International Journal of Emerging Markets*.
- Huang, J., Sherraden, M., Sherraden, M. S., & Johnson, L. (2022). Effective finance to increase financial well-being for low-income families: Empirical examination and policy implications. *Journal of Consumer Affairs*.
- Khatimah, H., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-9.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Global Edition. 2012. Pearson Education Limited. Edinburg Gate England.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal sosial humaniora (JSH)*, 8(2), 181-191.
- Shodiq, A.R., A. R., Budi Priatna, W., & Kusnadi, N. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Pemanfaatan E-Marketing Tani Niaga Oleh Petani Kabupaten Grobogan. *Forum Agribisnis*, 9(2), 107-122, 2019. <https://doi.org/10.29244/fagb.9.2.107-12210> dan wajib mensitasi ke salah satu artikel dinamisia
- Supeni, R. E., & Sari, M. I. (2011). Upaya Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Pengembangan Manajemen Usaha Kecil (Studi diskriptif pada Kegiatan Usaha Kecil Ibu-ibu Desa Wirolegi Kabupaten Jember, Dampingan Pusat Studi Wanita UM Jember). In *Prosiding Seminar Nasional & Internasional (Vol. 1, No. 1)*.
- Whetten, David A dan Cameron, Kim S. 2007. *Developing Management Skills*, 7 th Edition, Pearson. Prentice Hall
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1294-1307.
- Yatmaja, P. T. (2019). Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan (Studi pada Pokdarwis Minang Rua Bahari di Desa Kelawi, Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan).
- Yusuf, "Daftar 10 Aplikasi Mobile Teratas di Awal 2021," <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2021/04/07/07240027/Daftar-10-Aplikasi-Mobile-Teratas-Di-Awal-2021?Page=All>, 2021.