

## PENINGKATAN INOVASI WISATA DESA WATUAJI MELALUI PENERAPAN WEBSITE DAN LAYANAN OUTBOND

*Improving Tourism Innovation in Watuaji Village Through Website as Media and Outbound Services*

**Sisno Riyoko<sup>1\*</sup>, Noor Azizah<sup>1</sup>, Shodiq Eko Ariyanto<sup>2</sup>, Yayan Adi Saputro<sup>1</sup>, Azzah Nor Laila<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, <sup>2</sup>Universitas Muria Kudus

*Jalan Taman Siswa Pekeng Kauman Tahunan Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara*

\*Alamat Korespondensi: [sisno@unisnu.ac.id](mailto:sisno@unisnu.ac.id)

*(Tanggal Submission: 21 September 2024, Tanggal Accepted : 17 Oktober 2024)*



### **Kata Kunci :**

*Inovasi, Wisata, Website, Media, Outbond*

### **Abstrak :**

Desa Watuaji memiliki beberapa rintisan wisata, namun belum tertata, belum ada pengunjung, dan belum dikenal oleh ke pihak luar. Permasalahan prioritas di desa Watuaji adalah masalah aspek manajemen dan pemasaran wisata. Maka tim pengabdian bermitra dengan BUMDes Sae dan GAPOKTAN Sidodadi Makmur Watuaji untuk mengatasi permasalahan tersebut. Tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan keberdayaan mitra pada aspek pengetahuan serta ketrampilan terkait manajemen, dan peningkatan ketrampilan mitra dalam membuat promosi wisata Watuaji. Metode pengabdian ini menggunakan metode diskusi pada tahapan persiapan dengan koordinasi dan sosialisasi. Tahap pelatihan dengan metode tutorial, ceramah, diskusi, dan praktek. Tahap pendampingan dengan metode praktek, dan project. Tahap evaluasi dengan metode angket, test dan diskusi. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pada aspek manajemen, mitra mengalami peningkatan pengetahuan dengan rata-rata nilai post-test 80. Keberdayaan mitra, 80% meningkat ketrampilan mereka dalam mengelola dan membuat inovasi layanan wisata. Wisata dikelola bersama, dan adanya inovasi layanan paket outbond. Pada aspek pemasaran, ada peningkatan pengetahuan mitra pada rata-rata 80. Keberdayaan mitra pada aspek pemasaran, 80% mitra meningkat ketrampilannya dalam melakukan pemasaran secara online melalui website. Hasilnya adanya peningkatan jumlah layanan wisata, media pemasaran, dan jumlah pengunjung wisata di desa Watuaji Keling Jepara.

### **Key word :**

*Innovation, Tourism,*

### **Abstract :**

Watuaji Village has several tourism pioneers, but they are not yet organized, have no visitors, and are not yet known by outsiders. The priority problem in



*Website, Media,  
Outbound*

Watuaji village is the management and marketing aspects of tourism. So the service team partnered with BUMDes Sae and GAPOKTAN Sidodadi Makmur Watuaji to overcome these problems. The goals of this community service program is to improve partner empowerment in the aspects of knowledge and skills related to management, and improve partner skills in making Watuaji tourism promotion. This community service program uses some methods, they are discussion method at the preparation stage with coordination and socialization. The training stage with tutorial methods, lectures, discussions, and practice. The mentoring stage with practice and project methods. Evaluation stage with questionnaire, test and discussion methods. The results of this community service program are improving the management aspect, partners have increased knowledge with an average post-test score of 80. Partner empowerment, 80% increased their skills in managing and innovating tourism services. Tourism is managed together, and there is an innovative outbound package service. In the marketing aspect, there was an increase in partner knowledge at an average of 80. Partner empowerment in the marketing aspect, 80% of partners increased their skills in conducting online marketing through the website. The result is an increase in the number of tourist services, marketing media, and the number of tourist visitors in Watuaji Keling Jepara village.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7<sup>th</sup> edition) :

Riyoko, S., Azizah, N., Ariyanto, S. E., Saputro, Y. A., & Laila, A. N. (2024). Peningkatan Inovasi Wisata Desa Watuaji Melalui Penerapan Website Dan Layanan Outbound. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 1896-1904. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.2004>

## PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan salah satu program unggulan pemerintah sebagai upaya peningkatan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat. Fokus destinasi wisata yang dikembangkan adakalanya berupa potensi alam, hasil alam, maupun buatan (Maulana, 2019). Desa Watuaji merupakan salah satu desa yang berada di wilayah pegunungan, berbatasan dengan desa Tunahan dan desa Tempur kecamatan Keling Jepara. Potensi pemandangan alam desa Watuaji memiliki peluang besar menjadi wisata menarik yang menjadi sumber ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Peluang tersebut sudah direspon pihak pemerintah desa, diantaranya melalui upaya mengarahkan alpukat sebagai produk unggulan (Riyoko *et al.*, 2024), pemasangan spot label pada titik tertentu seperti Kali Pedut, Watu Gebyok, dan Embung ditata agar dapat dijadikan sebagai objek wisata. Namun, beberapa titik yang dirintis sebagai rencana wisata tidak dikelola dengan baik. Cenderung kurang terkontrol, belum banyak masyarakat yang mengenal wisata Watuaji, dan belum terpublikasikan secara luas. Kondisi ekstisting rintisan wisata watuaji belum tertata, dan belum terekspose ke pihak luar.

Seyogyanya usaha wisata perlu dikelola dengan terstruktur, dievaluasi secara berkala, dan terus dikembangkan. Hal itu membutuhkan peran berbagai pihak, baik adanya dukungan pemerintah, pengelola, masyarakat desa setempat, dan peran pemuda untuk mengunggah melalui media online. Media secara online tergolong efektif untuk meningkatkan *branding* dan sarana promosi (Purwaningsih *et al.*, 2020).

Beberapa kajian telah membahas terkait topik inovasi wisata telah dilakukan dengan berbagai pendekatan. Ada kajian yang fokus pada model wisata seperti peluang wisata yang memiliki nilai edukatif (Priyanto *et al.*, 2018), adapula yang fokus pada inovasi hiasan dan spot di tempat wisata melalui pemanfaatan kreasi bahan bekas (Helniana *et al.*, 2024). Selain itu, untuk keberhasilan wisata juga diperlukan usaha secara spiritual melalui do'a. salah satunya melalui tradisi sedekah bumi untuk

kesuksesan usaha masyarakat desa termasuk wisata (Masruroh *et al.*, 2021). Beberapa kajian tersebut menunjukkan bahwa isu terkait inovasi wisata serta pengembangan desa masih menarik untuk didiskusikan.

Pada tulisan ini, penulis akan fokus membahas bagaimana mengatasi problem rintisan desa wisata Watuaji Jepara. Secara riil, problem yang dialami desa watuaji yakni aspek manajemen dan pemasaran. Manajemen usaha rintisan wisata desa Watuaji secara keseluruhan, belum dilakukan secara professional. Selain itu, branding watuaji sebagai desa wisata belum begitu dikenal oleh masyarakat luas dan belum ada upaya pemasaran secara massif. Berdasarkan permasalahan prioritas tersebut, tim pengabdian berupaya memberikan solusi melalui program pengabdian yang fokus pada inovasi layanan wisata dan pemasaran dengan media digital. Kajian ini menjadi penting untuk menemukan gambaran model inovasi pengembangan suatu wisata desa yang berbasis pemanfaatan potensi alam seperti pegunungan, perkebunan, persawahan, sungai, dan lainnya.

## METODE KEGIATAN

Pengabdian ini bermitra dengan BUMDes Sae dan GAPOKTAN desa Watuaji kecamatan Keling kabupaten Jepara. Program pengabdian ini dilakukan tahun 2024, yang merupakan lanjutan program tahun 2023. Pada tahun kedua ini, dimulai dengan langkah awal persiapan melalui koordinasi bersama mitra, dan sosialisasi. Tim pengabdian memberikan sosialisasi rancangan pelaksanaan kegiatan dan tahapannya kepada kedua mitra. Hasilnya disepakati tahapan pelaksanaan dilakukan mulai bulan Juni sampai September 2024, dan dilakukan secara luring. Hal ini sejalan dengan efektifitas suatu program pemberdayaan yang dilaksanakan secara langsung tatap muka dengan masyarakat yang beragam (Huda, 2019).

Peserta kegiatan pengabdian ini yakni tiga puluh lima pengurus beserta anggota mitra pertama BUMDes Sae, dan tiga puluh lima peserta sekaligus anggota mitra kedua dari GAPOKTAN Sidodadi Makmur desa Watuaji Keling Jepara Jawa Tengah. Lokasi kegiatan juga sudah disepakati terpusat di lingkungan balai desa Watuaji, hal itu sebagai wujud bagian peran mitra mensupport penyediaan tempat dan perlengkapan kegiatan.

Tahap pelaksanaan meliputi pelatihan serta pendampingan untuk kedua mitra. Pelatihan awal, pelatihan manajemen wisata dan inovasi layanan outbond. Tahap ini dilakukan dengan metode brainstorming, ceramah, diskusi, tutorial, dan praktek. Kemudian, pelatihan promosi wisata melalui website dengan metode tutorial, dan diskusi. Selanjutnya tahap pendampingan, peserta didampingi secara langsung oleh tim pengabdian dalam merancang program paket wisata outbond, dan didampingi melakukan editing konten website.

Upaya mengukur keberhasilan program, tim pengabdian melakukan evaluasi dengan metode angket dan diskusi. Tim pengabdian membagikan angket kepuasan mitra setelah seluruh rangkaian kegiatan terlaksana. Tim pengabdian juga mengajak mitra diskusi bersama tentang hasil capaian program, peningkatan pemahaman serta ketrampilan mitra, dan keberlanjutan program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian ini telah terealisasi dalam beberapa tahapan. Mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan dengan berbagai kegiatan, dan evaluasi.

### 1. Tahap Persiapan

Sebelum pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan, tim pengabdian melakukan persiapan melalui proses koordinasi dan sharing bersama mitra. Koordinasi tim pengabdian dengan mitra dilakukan pada tanggal 16 Juni 2024 di balai desa Watuaji. Hasil koordinasi tersebut disepakati akan dilaksanakan beberapa persiapan dengan adanya sosialisasi, selanjutnya pelatihan pada bulan Juli sampai Agustus, dan tahap evaluasi pada bulan September 2024. Gambaran tahap koordinasi tim pengabdian bersama mitra sebagaimana pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap Koordinasi Tim Pengabdian dengan Mitra

Hasil pembahasan bersama tersebut juga disepakati pemenuhan beberapa alat dan fasilitas perlengkapan untuk tahap pelatihan dan pendampingan akan menjadi tanggung jawab mitra. Hal itu menjadi salah satu bentuk partisipasi mitra pada kegiatan pengabdian (Wijayanti *et al.*, 2020). Sejalan dengan pentingnya kesepakatan serta keterlibatan mitra secara penuh, agar benar-benar muncul sinergitas bersama untuk mewujudkan tujuan capaian hasil bersama (Maulana, 2019).

Selanjutnya tahap sosialisasi, tim pengabdian menyampaikan terkait gambaran tahapan kegiatan. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2024 di balai desa Watuaji. Peserta yang terlibat pada kegiatan sosialisasi yakni seluruh pengurus serta anggota mitra, sebagaimana pada Gambar 2.



Gambar 2. Peserta Mengikuti Kegiatan Sosialisasi

Hasil tahap sosialisasi ini disepakati pada pelatihan terkait capacity building akan diikuti seluruh anggota kedua mitra, kemudian tahap pelatihan fasilitator outbond dan pendampingan penggunaan website melibatkan juga beberapa pemuda desa Watuaji sebagai peserta. Karena pengembangan suatu wisata dibutuhkan kerjasama berbagai pihak yang ada di desa, agar bisa berkelanjutan dan berperan sesuai kapasitas masing-masing (Ermawati & Satiti, 2023).

## 2. Tahap Pelatihan

Pelatihan pertama tentang capacity building seputar manajemen layanan wisata. Pada tahap pelatihan awal ini dilaksanakan pada tanggal 2 Juli 2024 di Balai Desa Watuaji. Sebelum pemaparan materi, tim pengabdian memberikan pre-test kepada peserta. Tahap test awal ini digunakan tim pengabdian untuk mengukur pemahaman peserta terkait manajemen, ragam layanan wisata, dan seputar tata kelola. Setelah mengisi pre-test, peserta diajak ice breaking bersama. Hal itu bertujuan agar peserta relaks, semangat, dan bisa memiliki kesadaran penuh untuk fokus menerima materi (Ahadiyanto,

2021). Karena pentingnya materi capacity building, agar meningkatkan kapasitas serta sumber daya manusia masyarakat desa Watuaji.

Pada tahap penyampaian materi, narasumber kegiatan yakni ketua tim pengabdian Dr. Sisno Riyoko, S.E., M.M.. Pemateri menjelaskan tentang manajemen, branding, dan strategi inovasi layanan. Hal itu sejalan dengan pentingnya pengelola wisata memahami terkait ilmu tersebut. Salah satunya peran pengelola, alur pengawasan dan pengontrolan, dan juga strategi branding wisata. Manajemen serta branding suatu produk yang ingin dijual menjadi suatu hal penting, agar mudah dikenal, dan diingat oleh khalayak (Susanti & Oskar, 2018). Setelah paparan materi, peserta juga dilibatkan diskusi bersama.

Tahap pelatihan kedua, tim pengabdian fokus menyampaikan materi tentang inovasi layanan outbond. Pelatihan kedua ini disampaikan di ruang pertemuan BUMDes Sae Watuaji, tepatnya pada tanggal 9 Juli 2024. Narasumber menyampaikan tentang definisi, manfaat, dan macam-macam jenis outbond. Inovasi layanan outbond menjadi krusial, sebagai pilihan layanan selain destinasi wisata yang ada di desa Watuaji. Karena outbond tergolong efektif menjadi bagian layanan paket wisata, melalui pelibatan wisatawan dalam suatu permainan dan kegiatan menarik lainnya (Sagita & Fifiyanti, 2022). Peserta juga diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, dan sharing bersama-sama. Pada pelatihan ini peserta juga diajak praktek ice breaking, sebagaimana pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahap Peserta Diajak Praktek Ice Breaking

Tahap pelatihan ketiga, terkait tutorial tentang website desa Watuaji. Pada tahap ini peserta dikenalkan gambaran website yang telah dikembangkan oleh tim pengabdian. Website desa Watuaji ini memuat lima menu. *Pertama*, ada menu *home* yang memuat informasi umum tentang desa Watuaji. *Kedua*, menu Wisata berisi tentang pilihan destinasi wisata, serta paket wisata yang ditawarkan kepada masyarakat. *Ketiga*, menu UMKM memuat tentang beberapa produk usaha lokal milik masyarakat desa Watuaji. *Keempat*, menu sejarah. Menu ini digunakan untuk memuat berbagai tulisan tentang sejarah, baik sejarah desa, tokoh masyarakat, maupun sejarah kemunculan suatu destinasi wisata di desa Watuaji. *Kelima*, menu berita yang berisi terkait informasi berita kegiatan, program, peristiwa, atau perkembangan seputar desa Watuaji. Website desa Watuaji tersebut telah dikembangkan berdasarkan hasil kesepakatan dengan mitra. Pada saat pelatihan ini, mitra dilatih mengenal beberapa menu, cara mengisi, meng-*update*, dan mempublikasikan informasi baru. Pelatihan ini disampaikan oleh anggota tim pengabdian Noor Azizah, M.Kom, sebagaimana pada Gambar 4.





Gambar 4. Pelatihan Pengelolaan Website Desa Watuaji

Website desa Watuaji dikembangkan sejalan dengan efektifitas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu strategi pemasaran. Teknologi informasi dan komunikasi mempunyai potensi untuk mengenalkan ragam wisata, produk, layanan, dan informasi lainnya (Suharyadi *et al.*, 2020). Website juga bisa dimanfaatkan sebagai sarana akuntabilitas dan jejaring publik serta promosi wisata. Melalui website desa, diharapkan pihak pengelola mampu mendesain informasi secara unik, menarik, dan dapat diakses dengan mudah (Admelia *et al.*, 2022). Harapannya, melalui adanya website desa wisata Watuaji, pengelola dapat menyajikan berbagai informasi dan pemasaran layanan wisata secara online.

### 3. Tahap Pendampingan

Setelah beberapa tahap pelatihan, tim pengabdian juga melakukan tahap pendampingan pada tanggal 2 Agustus 2024. Pada tahap pendampingan awal, tim pengabdian mengumpulkan beberapa perwakilan mitra beserta anak-anak muda. Peserta didampingi praktek sebagai fasilitator outbond. Pada tahap ini, setiap peserta dilibatkan sebagai peserta outbond untuk praktek berbagai *games* outbond. Kemudian, peserta diberikan kesempatan praktek menjadi fasilitator outbond dengan peserta sesama teman. Peserta tampak antusias, dan semangat dalam tahap pendampingan ini. Gambaran tahap pendampingan sebagaimana pada Gambar 5.



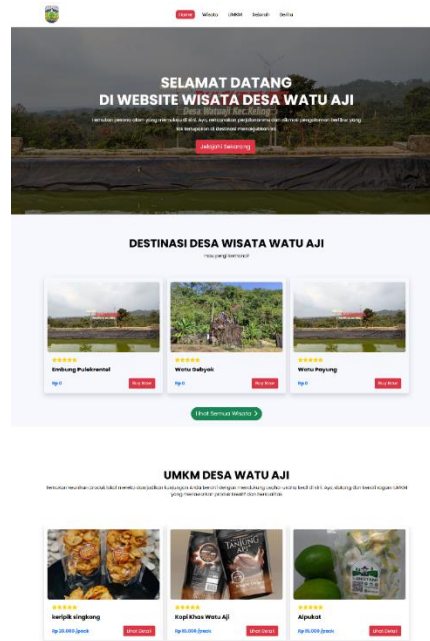
Gambar 5. Tahap Pendampingan Outbond

Setelah pendampingan outbond, tim pengabdian juga mendampingi mitra dalam membuat konten video, pengambilan gambar, editing, pembuatan flayer, dan berita. Pendampingan lanjutan ini dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2024. Hal itu bertujuan agar mitra dapat terampil mengelola website desa Watuaji secara mandiri. Tim pengabdian juga memberikan bantuan alat perlengkapan camping dan outbond, seperti tenda, helm, alat flying fox, mainan paket perosotan, dan panjat

tambang. Hasilnya mitra dapat membuat infografis tentang layanan outbond, dan dapat mengisi update informasi dalam website. Sebagaimana pada Gambar 6 dan 7.



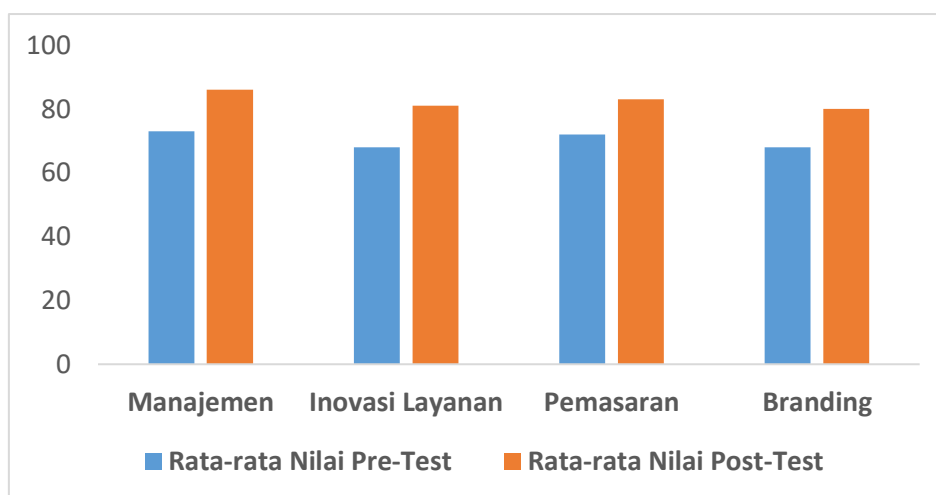
Gambar 6. Flayer Layanan Outbond



Gambar 7. Website Watuaji

#### 4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi, tim pengabdian melibatkan mitra pada kegiatan Focus Group Discussion (FGD) pada tanggal 9 September 2024 di Balai Desa Watuaji. Pada tahap ini, peserta diberikan soal post-test, untuk mengukur peningkatan pengetahuan mitra. Kemudian tim pengabdian membagikan angket kepuasan mitra, dan mengajak mitra diskusi bersama tentang hasil capaian program, peningkatan ketrampilan mitra, dan keberlanjutan program. Hasilnya mitra berhasil mengalami peningkatan aspek pengetahuan tentang manajemen, inovasi layanan, dan pemasaran. Hal itu dapat dilihat dari peningkatan hasil post-test yang diberikan setelah tahap pelatihan dan pendampingan, sebagaimana pada Gambar 8.



Gambar 8. Grafik Kenaikan Nilai Post-Test

Hasil post-test peserta tersebut menunjukkan ada kenaikan dari nilai pre-test. Pada aspek tentang manajemen, nilai pre-test rata-rata 73 meningkat pada post-test dengan rata-rata 86. Aspek pemahaman tentang inovasi layanan, pre-test rata-rata 68 menjadi 81 pada hasil post-test. Aspek

pemasaran, nilai rata-rata 72 meningkat pada nilai 83. Dan aspek branding, nilai pre-test rata-rata 68, meningkat pada nilai rata-rata 80. Hal itu menunjukkan adanya peningkatan signifikan terkait keberdayaan pemahaman mitra. Sedangkan pada aspek kepuasan mitra, 90% mitra merespon sangat puas dan 10% merespon puas terhadap program pengabdian ini.

Hasil keberdayaan mitra pada ketrampilan juga meningkat 80%, hal itu dapat dilihat dari mulai adanya peningkatan ketrampilan mitra menjadi fasilitator outbond. Selain itu, peningkatan ketrampilan mitra pada aspek pemasaran, 80% mitra mampu bersinergi mengelola website dan melakukan pemasaran wisata secara massif. Hal itu berdampak positif pada peningkatan jumlah pengunjung wisata dan pelanggan yang menggunakan jasa outbond dan *camping* di wisata Watuaji.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Tahap pengabdian ini terlaksana secara terstruktur, mulai tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi mulai bulan Juni sampai September 2024. Hasil program pengabdian telah tercapai sesuai target. Pada aspek manajemen, mitra mengalami peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mencapai 80%. Wisata dikelola bersama, dan adanya inovasi layanan paket outbond. Pada aspek pemasaran, ada peningkatan pengetahuan mitra pada rata-rata 80 dan 80% meningkat ketrampilan mitra melakukan pemasaran secara online melalui website. Hasilnya adanya peningkatan jumlah layanan wisata, media pemasaran, dan jumlah pengunjung wisata di desa Watuaji.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pihak yang memberikan pendanaan pada program kegiatan ini yakni Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Tim pengabdian juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada mitra pengabdian BUMDes, Kelompok GAPOKTAN, dan Pemerintah desa Watuaji Keling Jepara atas support serta kerjasamanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admelia., Melly., Farhana, N., Agustiana, S. S., Fitri, A. I., & Nurmalia, L. (2022). Efektivitas penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan modul pembelajaran interaktif hypercontent di Sekolah Dasar Al Ikhwan. *Kacanegara: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 177–186.
- Ahadiyanto, N. (2021). *Psikologi perkembangan dewasa dan lanjut usia*. Sumanto Al Qurtuby.
- Ermawati, K. C., & Satiti, E. N. (2023). Strategi pengembangan Lor Sambu sebagai wisata outbound di Yogyakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(2), 135–144.
- Helniana, S. M., Anisa, Ferdi, H., Ambo, H., Setiawan, F., Syaiful, M., & Kartomo. (2024). Menyulap sampah plastik menjadi spot foto menarik: Upaya reduksi sampah dan daya tarik wisata. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 224–230.
- Huda, I. (2019). Pemberdayaan masyarakat berbasis multikultural di Majelis Taklim An Najah Magelang. *Jurnal Inferensi*, 13(2), 253–278.
- Masruroh, N., Rahman, A., & Hermawan, Y. (2021). Eksistensi sedekah bumi di era modern: Desa wisata Plesungan Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(2), 268–283.
- Maulana, M. (2019). Asset-based community development: Strategi pengembangan masyarakat di desa wisata Ledok Sambu Kaliurang. *EMPOWER: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259–278.
- Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan model wisata edukasi di objek wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Purwaningsih, E., Suhaeri, & Ariyanti, E. R. N. (2020). Branding produk UMKM Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru melalui reputasi merek dan basis informasi teknologi. *Jurnal Abdimas UNMER Malang*, 5(1), 60–69.



- Riyoko, S., Azizah, N., Ariyanto, S. E., Saputro, Y. A., & Laila, A. N. (2024). Empowering farmer's group in increasing avocado seeds through grafting technique and using organic fertilizers in Watuaji Jepara Indonesia. In International Conference on Multidisciplinary Studies (ICoMSi 2023) (pp. 287–293). Atlantis Press SARL.
- Sagita, D. K., & Fifiyanti, D. (2022). Optimalisasi pelatihan pemandu wisata outbound pengelola desa wisata di Kabupaten Kulon Progo. In E-Proceeding 2nd SENRIABDI (Vol. 2, pp. 657–662). Universitas Sahid Surakarta.
- Suharyadi, E. M., & Hudiono, R. K. (2020). Pembangunan website Dusun Srumbung Gunung dan pelatihan administrator website: Solusi promosi era kenormalan baru. In Prosiding SENDIMAS (Vol. 5). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Susanti, E., & Oskar, D. P. (2018). Strategi branding dalam membangun ekuitas merek UMKM (Studi kasus: Pusat oleh-oleh Kota Padang). *Jurnal Ikraith Ekonomika*, 1(2), 116–130.
- Wijayanti, E., Rachmawati, J. A., Rahmawati, T., & Sa'adah, I. N. (2020). Pendampingan masyarakat dalam pengelolaan kopi robusta di Indrokilo. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, 20(2), 145. <https://doi.org/10.21580/dms.2020.202.6400>