

BUSINESS MODEL CANVAS DAN DIGITAL MARKETING GUNA MENINGKATKAN USAHA KULINER DI WISATA SUMBER BANTENG

**Achmad Hamdan^{*1)}, Muhammad Aris Ichwanto²⁾, Agung Winarno³⁾,
Suci Indah Permatasari⁴⁾, Adelia Nur Ramadhani⁵⁾**
^{1,2} Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang
^{3,4} Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang
⁵ Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Malang

email: ¹achmad.hamdan.ft@um.ac.id, ²muh.aris.ichwanto.ft@um.ac.id, ³agung.winarno.fe@um.ac.id,
⁴suciindahpermatasari@gmail.com, ⁵adelianramadhan1@gmail.com

Abstract

Digital technology-based marketing is also an opportunity for businesses to develop. Thus, there is a need for socialization regarding the Business Model Canvas (BMC) and Digital Marketing. The implementation methods are socialization activities, tutorials, discussions, field practices and evaluations. In culinary support at the Sumber Banteng Tourism location, this service activity involved 9 business people around the Sumber Banteng Tourism. The result of this dedication is that it can be seen that the participants have not maximized their business and social media for marketing their business. Through these results, it is very important to carry out assistance so that they can implement the material provided and innovate developments in information technology.

Keywords: *Business Model Canvas, Digital Marketing, Culinary Business, Tourism*

Abstrak

Pemasaran berbasis teknologi digital juga menjadi kesempatan bagi pelaku usaha untuk berkembang. Dengan demikian, diperlukan adanya sosialisasi mengenai Business Model Canvas (BMC) dan Digital Marketing. Dengan metode pelaksanaannya yaitu kegiatan sosialisasi, tutorial, diskusi, praktik lapangan dan evaluasi. Pada dukungan kuliner di lokasi Wisata Sumber Banteng, kegiatan pengabdian ini melibatkan 9 orang pelaku usaha disekitaran Wisata Sumber Banteng. Hasil dari pengabdian ini adalah dapat diketahui peserta belum memaksimalkan usaha mereka dan media sosial untuk pemasaran usaha mereka. Melalui hasil ini, sangat penting untuk dilakukannya pendampingan sehingga dapat mengimplementasikan materi yang diberikan dan berinovasi perkembangan pada teknologi informasi.

Kata kunci : *Business Model Canvas, Digital Marketing, Usaha Kuliner, Wisata*

1. PENDAHULUAN

Wisata Sumber Banteng merupakan salah satu wisata yang menyajikan sebuah objek berupa pemandangan alam dan mata airnya. Lokasi wisata ini berada di pinggir Kota Kediri yaitu terletak di Dusun Kwangkalan, Kelurahan Tempurejo, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur. Dengan adanya pemandangan alam dan mata air, warga setempat memanfaatkannya menjadi beberapa

rekreasi seperti kolam ikan, terapi ikan, taman baca, tempat bermain air dan bahkan menciptakan peluang usaha di sekitaran wisata. Sehingga atas pemanfaatan warga setempat terhadap sumber mata air tersebut dapat menjadikan sebuah objek wisata hingga saat ini dan di beri nama yaitu Sumber Banteng.

Dengan suguhan panorama alam yang merupakan objek dalam wisata Sumber

Banteng, serta makanan dan minuman yang ditawarkan oleh usaha kuliner yang berada di sekitaran tempat wisata dapat menjadikan salah satu faktor esensial yang menstimulus pengunjung untuk berkunjung ke Sumber Banteng. Wisata alam yang asri dengan ketersediaan kuliner daerah menstimulus para wisatawan menikmati nuansa keindahan tersebut [1]. Wisata Sumber Banteng selalu dikunjungi baik dari warga setempat yang bertempat tinggal di sekitaran Sumber maupun hingga masyarakat kota Kediri. Hal ini dikarenakan Sumber Banteng merupakan salah satu masuk kedalam 10 program unggulan Wali Kota Kediri yaitu Kampung Kreatif dan Independen (Keren) yang telah launching pada 9 November 2021 lalu, dan diharapkan dapat memunculkan karakteristik Kawasan, keunikan, budaya, keterampilan, dan peningkatan potensi ekonomi pada masing-masing kelurahan.

Wisata Sumber Banteng dapat dikunjungi setiap hari oleh masyarakat dari berbagai golongan, ada yang datang bersama teman, keluarga, dan pasangan yang ingin berekreasi ke Sumber Banteng. Namun dalam pemeliharaan tempat di lokasi wisata Sumber Banteng belum sepenuhnya maksimal dimana sampah masih berserakan di sekitar lokasi wisata, ketersediaan fasilitas umum yang kurang memadai dan kurang mundukungnya dalam memberi kenyamanan bagi para pengunjung yang datang seperti adanya kerusakan dan perawatan yang masih kurang. Studi yang ada menunjukkan bahwa faktor penyebab menurunnya wisatawan berkunjung ke objek wisata yaitu objek wisata kurang menarik, aksesibilitas sulit, fasilitas yang tidak terawat dan keadaan objek wisata tidak aman [2]. Serta pelaku usaha penjual di sekitaran Sumber Banteng masih kurang bervariasi dalam menjual produk mereka yang dimana potensi usaha kuliner dapat dikembangkan sehingga dapat membantu meningkatkan pengunjung untuk datang ke *outlet* mereka.

Untuk dapat mendukung potensi pelaku usaha khususnya pada usaha kuliner di sekitaran lokasi wisata, dan karena semakin pesatnya perkembangan ekonomi yang ada saat ini, pelaku usaha harus dituntut untuk

melakukan sebuah inovasi baru terhadap produk mereka agar dapat bertahan, berkembang, dan sekaligus dapat memajukan wisata Sumber Banteng. Salah satu cara adalah dengan menciptakan beberapa strategi baru. Untuk menciptakan strategi dibutuhkan adanya model bisnis yang tepat untuk UMKM miliknya [3]. Untuk memudahkan pemetaan sebuah model bisnis dapat menggunakan *Business Model canvas* (BMC). Diharapkan implementasi BMC kepada pelaku usaha di Sumber Banteng adalah memudahkan para pelaku UMKM yang baru merintis usahanya dalam menentukan sebuah keputusan dan juga memudahkan dalam memetakan untuk membuat analisa terhadap model bisnisnya [4].

Pada tahun 2020, merupakan pertama kalinya Covid-19 dilaporkan masuk ke Indonesia (www.news.detik.com). Menurut Sayuti & Hidayati dampak pandemi covid-19 berdampak bagi ekonomi. Dimana pada sisi permintaan, barang dan jasa yang diberikan tidak dapat berfungsi secara optimal sehingga dapat bekurangnya likuiditas yang menyebabkan pelaku usaha kehilangan pendapatan [5]. Hal ini berdasarkan jawaban atas pelaku usaha yang menyatakan Sebagian besar pendapatan yang diterima mengalami penurunan walau demikian, mereka masih dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari dan bahan baku penjualan.

Akibat adanya kondisi pandemi Covid-19 ini juga dapat berpengaruh pada lokasi wisata yang dimana lokasi wisata harus menerapkan protokol kesehatan secara optimal. Di tengah euphoria dibukanya kembali destinasi pariwisata di berbagai penjuru negeri, termasuk diantaranya wisata Sumber Banteng, protokol kesehatan tetap diberlakukan [6]. Pemberian uang fisik menjadi sebuah transaksi yang dimana alat pembayaran menjadi salah satu penyebab terjadinya penyebaran virus.

Selain itu, di tengah eksistensi dari Revolusi Industri 4.0 yang sangat berpengaruh positif kepada Indonesia terutama pada pelaku usaha yang harus mengikuti era perkembangan digitalisasi dan dapat mengurangi penyebaran virus Covid-19. *World Health Organization* (WHO)

menghimbau agar *Cashless Society* dapat diterapkan di masyarakat. *Cashless Society* yang dimaksudkan adalah untuk mengurangi kontak dengan manusia lain dengan pembayaran tunai menggunakan alat elektronik atau *e-wallet* [7]. Tujuan ini diharapkan pelaku usaha kuliner di Sumber Banteng dapat memberikan kemudahan dan mengurangi penyebaran virus. Karena dengan menggunakan uang elektronik akan lebih mudah dalam melakukan transaksi [8].

Studi pendahuluan sebelumnya menyebutkan bahwa BMC yang ada di UMKM pada kelompok paguyuban amreh mulyo perlu adanya beberapa penyesuaian agar lebih maksimal [9]. Dan dalam mendukung pelaku usaha di lokasi wisata, dalam jurnal pengabdian sebelumnya menyebutkan bahwa dengan melakukan pengabdian pemberdayaan UMKM serta berperan aktif dalam menjalankan usahanya agar mampu mengatasi tantangan dengan inovasi produk, pengembangan sumberdaya manusia dan pemasaran online sehingga mampu mengembangkan usaha dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitarnya [10].

Atas permasalahan dan fenomena yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka masalah yang akan dibahas dalam program mendukung usaha kuliner di Sumber Banteng adalah: Pertama, dilakukan dengan mensosialisasikan dan memberikan sebuah pengetahuan dalam merancang strategis bisnis dengan model bisnis yaitu Business Model Canvas. Kedua, mendukung fasilitas usaha kuliner. Ketiga, dilakukannya sosialisasi mengenai Digital Maerketing dengan cara mempromosikan usaha mereka melalui *platform online*. Keempat pelaku usaha juga diajarkan strategi untuk mengenalkan usaha melalui media sosial dan memberikan pengetahuan cara penggunaan media pembayaran secara non tunai.

Adapun tujuan Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan adalah sebagai berikut:

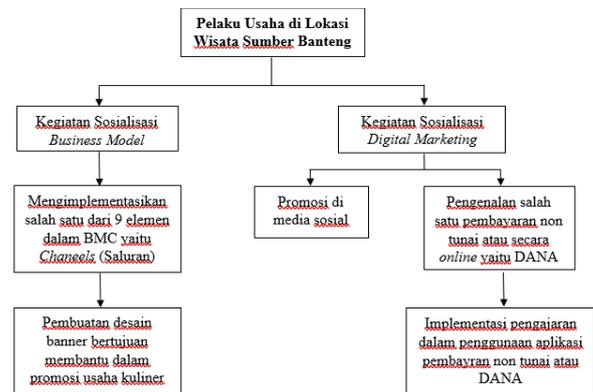
- a) Untuk mengetahui dan menjelaskan pemahaman kepada para pelaku usaha di lokasi wisata Sumber Banteng mengenai cara menyusun, menciptakan, merancang dan mengambil sebuah keputusan dengan metode *Business Model Canvas* (BMC).
- b) Untuk mengetahui dan menjelaskan pemahaman kepada para pelaku usaha di lokasi wisata Sumber Banteng dalam mengenalkan usaha mereka melalui media sosial dan membantu tata cara penggunaan alat pembayaran secara non tunai atau online

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Adapun identifikasi masalah yang ditemukan di lokasi mitra yaitu pelaku usaha penjual di sekitaran wisata Sumber Banteng masih kurang bervariasi dalam menjualkan produk mereka, yang seharusnya potensi usaha kuliner dapat dikembangkan lebih sehingga dapat membantu meningkatkan pengunjung untuk datang ke outlet mereka.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Berikut ini adalah alur kegiatan pengabdian kepada masyarakat salah satu program Dukungan Kuliner yang dilakukan di Lokasi Wisata Sumber Banteng untuk pelaku usaha kuliner:



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Program Kerja Dukungan Kuliner kepada Para Pelaku Usaha di Lokasi Wisata Sumber Banteng

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema “Sosialisasi *Business Model Canvas* dan Digital Marketing Guna Meningkatkan Usaha Kuliner di Wisata Sumber Banteng” yang dilaksanakan pada bulan Juli 2022. Kegiatan ini dilakukan secara tatap muka. Tim Kuliah Kerja Nyata memberikan pendampingan pada pelaku usaha kuliner yang berada di lokasi wisata Sumber Banteng berupa kegiatan sosialisasi mengenai *Business Model Canvas* dan Digital Marketing, dukungan fasilitas pada usaha milik para pelaku usaha, pengajaran pemasaran online secara gratis di media sosial, dan tata cara dalam penggunaan aplikasi pembayaran non tunai atau *online*.

Adapun beberapa contoh *platform* media sosial dalam melakukan promosi untuk usaha kuliner yaitu meliputi Instagram dan Tiktok. Serta beberapa contoh platform penggunaan aplikasi pembayaran non tunai yaitu meliputi ShopeePay, OVO dan DANA. Namun, pada implementasi dalam penggunaan aplikasi pembayaran non tunai yang dikenalkan kepada para pelaku usaha di lokasi wisata Sumber Banteng adalah aplikasi DANA.

Pemilihan penggunaan aplikasi DANA sebagai contoh pembayaran non tunai dalam implementasinya adalah dikarenakan lebih memudahkan dan efisien dalam penggunaannya. Dompet digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang online, dan tiket penerbangan. Dompet digital bisa di unduh secara gratis melalui *smartphone* setiap orang [11].

Dengan dilakukannya kegiatan ini sebagai dalam bentuk upaya mendukung para pelaku usaha kuliner di Wisata Sumber Banteng untuk meningkatkan kemajuan usaha mereka dengan cara merancang strategi dalam usaha yang dimiliki, mengenalkan kepada masyarakat luas melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Serta memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan alat pembayaran non tunai. Dengan adanya transaksi menggunakan dompet digital merupakan wujud dari perkembangan teknologi. Dalam bertransaksi

sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang nyata, melainkan uang digital [12].

Adapun kegiatan ini melibatkan 12 orang pelaku usaha dan dilakukan selama 3 hari pada bulan Juli 2022 bertempat di lokasi Wisata Sumber Banteng. Untuk pemberian materi dilakukan di ruangan terbuka yaitu di tempat Ruang Rindu Sumber Banteng dan untuk pelaksanaannya praktiknya di sekitaran outlet di Sumber Banteng. Terdapat metode yang digunakan dalam kegiatan kali ini, yaitu:

- 1) Metode Sosialisasi: dimana pada metode ini diberikan dua pemaparan materi yaitu mengenai *Business Model Canvas* dan Digital Marketing. Pada pemaparan materi mengenai *Business Model Canvas* memberikan gambaran mengenai merancang sebuah strategis dalam menjalankan suatu usaha, terdapat 9 elemen dalam merancang usaha untuk dapat mengetahui kelebihan dan keunggulan yang ada pada suatu usaha sehingga didapatkan sebuah keputusan untuk kemajuan usaha kedepannya. Sedangkan pada pemaparan materi mengenai Digital Marketing yaitu adalah menjelaskan mengenai media *platform* online dalam mempromosikan sebuah usaha seperti media sosial Instagram dan Tiktok, Pengenalan mengenai dompet digital yang merupakan salah satu alat yang dapat dijadikan sebagai transaksi secara non tunai.
- 2) Metode Tutorial: dimana penulis sebagai Narasumber dalam memberikan materi memutarakan beberapa video yang memuat langkah cara mempromosikan di media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Dan video tutorial mengaktifkan akun serta pengoperasian pembayaran secara non tunai atau online dengan aplikasi DANA.
- 3) Metode Diskusi: dalam metode kali ini, dilakukan pada saat sosialisasi dimana di buka sesi tanya jawab kepada peserta yang menghadiri sosialisasi dan menerima masukan kelebihan dan kekurangan yang dialami.
- 4) Metode Praktik Lapangan: dalam metode ini dilakukan sebuah *survey* terhadap para pelaku usaha, melakukan pemasaran

banner salah satu penerapan dalam 9 elemen dalam BMC, dan melakukan penerapan pengenalan secara langsung mengenai transaksi pembayaran non tunai kepada para pelaku usaha.

- 5) Metode Evaluasi: dimana pada metode ini, penulis melakukan wawancara untuk mengetahui pendapat kepada para pelaku usaha mengenai hasil dari kegiatan yang telah dilakukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dan implementasi dalam program kerja Dukungan Kuliner di Lokasi Wisata Sumber Banteng diikuti oleh 9 dari 12 para pelaku usaha yang ada di lokasi Wisata Sumber Banteng. Pada kegiatan ini memakan waktu selama tiga hari, dimana hari pertama adalah sesi pemberian materi melalui kegiatan sosialisasi tentang *Business Model Canvas* dan Digital Marketing. Hari kedua dilakukan survey kepada para pelaku usaha dan pembuatan desain banner yang merupakan salah satu 9 elemen dalam BMC. Hari ketiga adalah implementasi dalam pemasangan banner dan penyampaian pengenalan secara langsung kepada para pelaku usaha mengenai e-wallet alat pembayaran non tunai.

Dalam kegiatan sosialisasi ini dilakukan di ruangan terbuka. Selama pemberian materi dengan metode pemaparan yang dilakukan sekitar 20 menit pemaparan BMC.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Business Model Canvas

Selama pemberian pemaparan materi mengenai *Business Model Canvas*, terlihat

bahwa peserta belum pernah mendengar dan memahami isi dari konsep pemetaan rancangan strategi bisnis dalam bentuk metode BMC itu sendiri.

Pada metode tutorial pada materi Digital Marketing dilakukan selama 10 menit, dan 10 menit pemaparan materi kemudian diikuti dengan 10 menit diskusi yang berisi berbagi pengalaman dan penyampaian akan dilakukan pemasangan *banner* demi menunjang fasilitas dan pengenalan secara langsung dalam alat pembayaran non tunai atas keberlanjutan dari kegiatan sosialisasi.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi dan tutorial Digital Marketing

Pada saat pemberian pemaparan materi mengenai Digital Marketing, sebagian peserta telah mengetahui beberapa media sosial namun belum dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin dalam menunjang promosi usaha mereka. Dan peserta baru mengetahui aplikasi yang dapat menunjang alat pembayaran selain tunai dan manfaat dari pembayaran non tunai itu sendiri. Merekapun mendapat gambaran mengenai cara mempromosikan usaha mereka di media sosial dan tata cara mengakses aplikasi DANA melalui video yang diputar oleh narasumber.

Pada hari kedua, dilakukan survey di lokasi usaha wisata Sumber Banteng untuk menindaklanjuti dari kegiatan sosialisasi. Wujud dalam bentuk ini adalah mendata dan dilakukannya pembuatan desain banner dengan metode survey yang dimana hal ini salah satu mendukung fasilitas usaha kuliner di Sumber Banteng pada salah satu dari 9 elemen yang ada pada BMC salah satunya adalah *Channels* (Saluran) saluran yang menunjang adalah promosi usaha kuliner mereka.

Pada hari ketiga, dilakukannya dalam metode praktik lapangan yaitu pemasangan banner dan pengenalan aplikasi pembayaran secara non tunai. Antusias para pelaku usaha dalam pemasangan banner sangat terlihat dan turut membantu tim Kerja Kuliah Nyata (KKN) Universitas Negeri Malang dalam pemasangan *banner* dan memberi dukungan dengan kesediaan banner di pasang dan memperindah usaha mereka.



Gambar 4. Kegiatan Pemasangan Banner

Hasil dari pemasangan banner dengan metode praktik lapangan dan pengamatan mengalami rata-rata kenaikan jumlah pengunjung kantin di lokasi wisata Sumber Banteng. Dari sebelumnya sehari sekitar 50% menjadi 75%.

Pada pengajaran dan pengenalan mengenai aplikasi DANA dimana jumlah para pelaku usaha yang berhasil diterapkan hanya satu outlet dari 12 outlet dan 9 yang masih aktif berjualan.



Gambar 5. Kegiatan Pengenalan Pembayaran non tunai

Hal ini dikarenakan adanya kendala pada *handphone* yang tidak mendukung aplikasi

DANA, kemudian rata-rata para pelaku usaha yang bertempat tinggal di Kawasan pedesaan kurang sosialisasi mengenai Digital sehingga sulitnya para pelaku usaha untuk menerima masuknya alat pembayaran non tunai ini.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan bertujuan agar pelaku usaha di lokasi Wisata Sumber Banteng dapat merancang dan menciptakan strategi dan memudahkan para pelaku usaha yang ingin merintis usaha baru lagi dengan menerapkan model BMC ini, dapat menentukan sebuah keputusan yang akan diambil mengenai dalam menganalisis kekurangan dan kelebihan yang dimiliki para pelaku usaha. Ditambah lagi di era globalisasi saat ini, menuntut perubahan perilaku pemasaran yang sebelumnya konvensional ke dalam bentuk digital marketing.

Pengaruh dari pelaksanaan kegiatan ini membantu pelaku usaha dalam perluasan jejaringan penjualan serta mengalami rata-rata kenaikan jumlah pengunjung kantin di lokasi sekitar 75% yang sebelumnya hanya 50%. Pada pengajaran dan pengenalan mengenai aplikasi DANA dimana jumlah para pelaku usaha yang berhasil diterapkan hanya satu *outlet* dari 12 outlet dan 9 yang masih aktif berjualan. Hal ini berkendala pada penggunaan *handphone* yang tidak mendukung aplikasi DANA, rata-rata para pelaku usaha yang bertempat tinggal di Kawasan pedesaan dan kurangnya sosialisasi mengenai Digital. Pelatihan ini diharapkan bisa dilanjutkan secara berkelanjutan supaya pengetahuan dari para pelaku usaha bisa terus tumbuh selaras dengan pertumbuhan digitalisasi.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Negeri Malang yang telah memberikan dukungan pendanaannya sehingga kami dapat menyelesaikan pengabdian ini dengan baik.

7. REFERENSI

- [1] Yan, L. (2018). Origins of nature tourism in imperial China. *Journal of Tourism Futures*, 4(3), 265– 274. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2018-0016>.
- [2] Novita, M., Budiyo, & Zulkarnaini. (2017). Faktor Penyebab Menurunnya Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Seminung Lumbok Resort. *Media Neliti*, (September), 1–11. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/249664-faktor-penyebab-menurunnya-wisatawanber-6f9312ab.pdf>
- [3] Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- [4] Ida, H. (2021). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (Bmc) Pada Jasa Zigzag Laserwork Semarang Jawa Tengah. *Akrab Juara*, 6(4), 152–167.
- [5] Sayuti, R. H., & Hidayati, S. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Masyarakat di Nusa Tenggara Barat. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2(2), 133–150. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v2i2.46>
- [6] Hakim, L. (2020). COVID-19 and the Moment to Evaluate Tourism Euphoria, Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 8(2), 119–123. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2020.008.02.09>.
- [7] Prasetyo, Eko. 2020. *Zaman Otoriter Corona, Oligarkhi dan Orang Miskin*, Yogyakarta; UMY Press.
- [8] Rustanto, A. E., & Kartini, I. (2019). Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada Umkm Daerah Aliran Sungai Citarum. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v8i2.302>
- [9] Nafi'ah, Y. K., & Widodo, M. W. (2022). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Kelompok Paguyuban Amreh Mulyo. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 175-183.
- [10] Nurdina, Ardiani, M. R., Handayani, C. M. S., & Asj'ari, F. (2021). Strategi Pemberdayaan UMKM Makanan Berbasis Kearifan Lokal Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kedamean Gresik. *Ekobis Abdimas*, 2(1), 43–51. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.1.3903>
- [11] Rosmayanti. (2019). Apa Itu Dompot Digital? Retrieved from Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompot-digital.htm>
- [12] Bintarto. 2009. *Interaksi Desa-Kota dan Permasalahannya*, Jakarta: Ghalia Indonesia.