

## Edukasi implementasi peta wisata halal pada usaha penyedia jasa pariwisata

Sari Lestari Zainal Ridho<sup>1\*</sup>, Habsah Binti Haji Mohamad Sabli<sup>2</sup>, Mohammad Fardillah bin Wahi<sup>2</sup>, Ummasyroh<sup>1</sup>, Fernando Africano<sup>1</sup>, Hendra Sastrawinata<sup>1</sup>, Muhammad Riska Maulana<sup>1</sup>, Elisa<sup>1</sup>, Munparidi<sup>1</sup>, Maivi Kusnandar<sup>1</sup>, Rosita<sup>1</sup>

<sup>1\*</sup> Politeknik Negeri Sriwijaya, Jurusan Administrasi Bisnis, Palembang, Indonesia

<sup>2</sup> Politeknik Mukah, KM 7.5, Jalan Oya, OYA, 96400 Mukah, Sarawak, Malaysia

### INFORMASI ARTIKEL

#### Article History:

*Submission: 07-02-2024*

*Revised: 17-02-2024*

*Accepted: 29-03-2024*

#### \* Korespondensi:

**Sari Lestari Zainal Ridho**

[sarilestari@polsri.ac.id](mailto:sarilestari@polsri.ac.id)

### ABSTRAK

Wisata halal merupakan hal yang niscaya bagi penduduk beragama Islam. Indonesia sebagai negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia dan sektor wisata sebagai salah satu sektor unggulannya, tentu saja penting membangun wisata halal sebagai salah satu prioritas dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mensosialisasikan mengenai potensi, cara mempertahankan dan memberlanjutkan usaha dengan mendukung upaya pemerintah mengembangkan halal atau muslim friendly tourism di lingkungan Kota Palembang. Upaya ini dilakukan guna membantu kehidupan usaha mikro kecil dan menengah yang dijalankan masyarakat, khususnya dalam lingkup industri pariwisata mampu pulih lebih cepat, bangkit lebih kuat pasca pandemi. Perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi adalah langkah-langkah atau metode dalam pengabdian masyarakat ini. Hasil dari kegiatan edukasi ini sebagaimana diharapkan yaitu mencapai peningkatan pengetahuan masyarakat sasaran dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan kesadaran, sikap, dan perilaku yang mendukung pengembangan daur hidup usaha melalui berbagai sarana potensial, seperti penggunaan peta yang ramah Muslim atau peta wisata halal untuk meremajakan bisnis di bidang pariwisata.

**Kata kunci:** Masyarakat; edukasi; peta; wisata; halal.

### *Education on the Implementation of the Halal Tourism Map in Tourism Service Providing Businesses*

#### **ABSTRACT**

*Halal tourism is a necessary thing for the Muslim population. Indonesia, as a country with the largest Muslim population in the world and the tourism sector as one of its leading sectors, is of course important to develop halal tourism as one of the priorities in developing sustainable tourism. This community service activity aims to socialize the potential, how to maintain and continue business by supporting the government's efforts to develop halal or Muslim-friendly tourism in the Palembang City environment. This effort is being made to help the micro, small, and medium businesses run by the community, especially in the tourism industry, recover more quickly and emerge stronger after the pandemic. Planning, preparation, implementation, and evaluation are the steps or methods in this community service. The results of this educational activity are as expected, namely achieving an increase in the knowledge of the target community and the skills needed to increase awareness, attitudes, and behavior that support the development of the business life cycle through various potential means, such as the use of Muslim-friendly maps*



## 1. PENDAHULUAN

Pemulihan dari Pandemi Covid-19 yang telah menyebabkan perekonomian umum, sektor pariwisata secara khusus, termasuk di dalamnya UMKM yang mengalami jalan di tempat [1] perlu dilakukan. Salah satu potensi pengembangan usaha yang ada saat ini adalah memperluas pasar masuk ke segmen pasar wisatawan muslim, sejalan dengan digaungkannya pariwisata halal di Indonesia. Pariwisata halal atau pariwisata ramah muslim [2] dibentuk guna meningkatkan daya tarik dan kepuasan turis, khususnya turis muslim datang ke Indonesia. Laporan Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI) menunjukkan prestasi Indonesia sebagai negara tujuan ramah muslim. Namun, hasil penilaian pariwisata ramah muslim 2019 -2020 di Indonesia yang dikeluarkan oleh lembaga IAEI & KNEKS belum mengulas Provinsi Sumatera Selatan [3], secara umum dan atau Kota Palembang secara khusus. Demikian sehingga pengembangan destinasi pariwisata ramah muslim di Kota Palembang merupakan hal perlu ditelaah dan dikembangkan, mengingat adanya potensi yang dimiliki Kota tersebut, diantaranya adalah ketersediaan fasilitas wisata pariwisata muslim (termasuk fasilitas penyedia jasa makanan dan minuman yang diperlukan wisatawan) yang mendukung upaya tersebut. Karena berbasis pada data dari Kementerian Pariwisata menunjukkan bahwa di Indonesia sektor pariwisata mengalahkan sektor migas [4]. Maka, dengan alasan tersebut dianggap perlu untuk menelaah pariwisata ramah muslim di Kota Palembang dan mengembangkan berbagai potensi yang ada, sebagai upaya membangun pariwisata berkelanjutan.

Guna menciptakan terbentuknya pengetahuan yang berkelanjutan, perlu dilakukan kegiatan edukasi dan atau melalui kegiatan sosialisasi secara terus menerus, agar terpolakan perilaku hidup yang mengedepankan digitalisasi sebagai bagian dari gaya hidup. Kegiatan edukasi tersebut bisa dilakukan dengan berbagai cara termasuk edukasi dengan media online atau daring (dalam jaringan). Media edukasi daring merupakan media yang efektif untuk melakukan sosialisasi atau diseminasi informasi kepada masyarakat, mengingat banyaknya penduduk Indonesia telah terjangkau internet. Berdasarkan data survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terjadi kenaikan signifikan penetrasi internet setiap tahunnya [5]. Sehingga digitalisasi ekonomi termasuk para pelaku UMKM merupakan suatu upaya potensial yang menjanjikan [6].

Industri pariwisata mengalami kemunduran yang sangat signifikan selama pandemi Covid 19. Salah satu potensi untuk mengakselerasi agar pulih lebih cepat dan bangkit lebih kuat adalah dengan pengembangan usaha atau peremajaan usaha dengan menambah dan memperkuat segmen pasar dan target pasar serta memposisikan usaha sebagai usaha yang ramah muslim atau hala. Hasil penilaian pariwisata ramah muslim 2019 - 2020 di Indonesia yang dikeluarkan oleh lembaga IAEI & KNEKS belum mengulas Provinsi Sumatera Selatan [3], secara umum dan atau Kota Palembang secara khusus. Demikian sehingga pengembangan destinasi pariwisata ramah muslim di Kota Palembang merupakan hal perlu ditelaah dan dikembangkan, mengingat adanya potensi yang dimiliki Kota tersebut, diantaranya adalah ketersediaan fasilitas wisata pariwisata muslim (termasuk fasilitas penyedia jasa makanan dan minuman yang diperlukan wisatawan) yang mendukung upaya tersebut. Sebagai bagian dari agenda tujuan pembangunan berkelanjutan. Tentunya terwujudnya lingkungan berkelanjutan pariwisata tersebut tidak terlepas dari peran serta masyarakat [7],[8] termasuk komunitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Bagaimana masyarakat, khususnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), dapat berperan dalam mendukung upaya tersebut, merupakan tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu dengan cara memahami bagaimana strategi yang dapat dilakukan untuk memposisikan diri sebagai jasa pariwisata dengan memperkuat posisi di pasar sebagai jasa/produk pariwisata yang ramah muslim.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya generasi yang berinteraksi secara intens dengan

internet demi terbangunnya pariwisata berkelanjutan. Suatu kegiatan pengabdian kepada masyarakat diyakini merupakan salah satu upaya dalam rangka meningkatkan keberhasilan pelaku wirausaha agar memiliki kompetensi dan kreativitas pengelolaan usaha termasuk dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, promosi produk [9],[10]. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menawarkan solusi pemecahan masalah upaya untuk pulih dan bangkit pasca pandemi, diantaranya dengan menambah atau memperkuat posisi di pasar sebagai produk atau jasa yang ramah muslim, sebagaimana telah disampaikan sebelumnya melalui edukasi / sosialisasi implementasi *muslim friendly culinary map*. Metode pelaksanaan Pengabdian dilakukan dengan melakukan langkah-langkah yang digunakan adalah yaitu: tahap perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

Tahap Perencanaan: Perencanaan merupakan sesuatu yang kita lakukan saat ini untuk sesuatu di masa yang akan datang, maka pada tahap ini kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah penetapan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan setelah mengevaluasi berbagai alternatif pilihan, termasuk didalamnya menetapkan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan.

Tahap persiapan: Berdasarkan perencanaan yang telah dibangun, dilakukan persiapan kegiatan berupa persiapan sumber daya dan persiapan kegiatan lapangan. Sumber daya yang dipersiapkan sumber daya manusia pelaksana dan mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya, dilakukan persiapan pelaksanaan kegiatan, termasuk di dalamnya adalah melakukan studi atas mitra yang akan dijadikan sasaran kegiatan, baik secara formal maupun informal.

Tahap pelaksanaan: Lebih lanjut, langkah yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah tahap pelaksanaan yang merupakan kegiatan inti dari keseluruhan kegiatan yang direncanakan. Masyarakat penyedia jasa fasilitas pariwisata merupakan bagian penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan, sehingga diharapkan dapat menjaga keberlangsungan pariwisata melalui ikut berpartisipasi dalam mengembangkan pariwisata ramah muslim, diawali dengan peningkatan pemahaman. Pada tahap ini dilakukan edukasi atau sosialisasi.

Tahap Evaluasi: Tahap berikutnya pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah tahap evaluasi, dimana dilakukan perbandingan antara apa yang telah direncanakan, dengan mengamati tanggapan masyarakat mengenai apa yang menjadi topik utama dalam kegiatan edukasi sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Hasil**

Pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah merupakan upaya melanggengkan keberadaan industri pariwisata dulu, kini dan nanti. Kegiatan wisata dianggap berkelanjutan, yaitu apabila pembangunan pariwisata yang dilakukan, tidak hanya untuk generasi saat ini tapi juga generasi yang akan datang [11]. Tentunya, berdasarkan konsep pariwisata berkelanjutan tersebut, beberapa kondisi yang merupakan keadaan yang diinginkan dalam keberlanjutan lingkungan pariwisata diantaranya adalah: terjaganya eksistensi dari usaha pariwisata, masyarakat pelaku usaha penyedia jasa pariwisata dapat selalu meremajakan usahanya sehingga memperpanjang daur hidup produk atau jasa yang ditawarkan [12]. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah diperlukan berbagai upaya potensial yang mungkin untuk dilakukan agar pulih. Salah satu upaya potensial yang dapat dilakukan adalah memperkuat posisi di pasar usaha pariwisata dalam bidang usaha penyedia makanan dan minuman. Tentunya hal ini dipengaruhi oleh permasalahan selanjutnya yaitu belum adanya pengetahuan masyarakat mengenai potensi potensi yang ada dan kurangnya sosialisasi atau edukasi mengenai potensi potensi yang ada tersebut, serta perlunya usaha yang dapat berdampak masif agar upaya yang dilakukan memiliki jangkauan yang lebih luas dalam kurun waktu yang lebih singkat.

Penguatan posisi pasar dalam hal ini dilakukan sebagai strategi keberlanjutan daur hidup usaha [12], di mana potensi pasar yang ada yaitu sebagai usaha kuliner khas tradisional yang ramah muslim. Guna memposisikan UMKM mitra sebagaimana tersebut, maka dirancang konten pemasaran berupa ilustrasi yang dapat digunakan untuk menginformasikan atribut produk dan sebagai penunjuk lokasi (guide). Konten tersebut diunggah pada media sosial yang dimiliki tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penggunaan media sosial dilakukan karena media sosial merupakan media yang dapat menjangkau banyak audience dalam waktu singkat menjadi media pilihan sosialisasi secara massif sesuai, dikarenakan efektifitas penyampaian informasi kepada banyak orang dapat tercapai dengan penggunaan saluran yang tepat [13].

Sebagai tindak lanjut dari tahap evaluasi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah, diberikan edukasi yang dilaksanakan baik secara *offline* maupun dengan menggunakan media sosial, sebagai bentuk inovasi dan pemanfaatan kemajuan teknologi untuk pengumpulan data dalam waktu singkat, mengingat banyaknya pengguna internet dan media sosial saat ini [14], dengan cara penyebaran konten berupa *muslim friendly map* melalui media sosial. Rancangan ini penting, dikarenakan Indonesia, termasuk Kota Palembang memiliki jumlah penduduk, yang merupakan pelanggan potensial, yang beragama Islam, di mana penduduk yang beragama Islam, perlu mengkonsumsi makanan yang halal [15] dan baik. Makanan halal sendiri tidak mendapatkan penolakan untuk dikonsumsi penduduk beragama selain Islam. Rancangan ini digunakan pada platform digital, menimbang dipercaya bahwa saat ini UMKM perlu meningkatkan keberadaannya pada platform digital dalam rangka meningkatkan pemasarannya [16]. Rancangan muslim friendly map tersebut adalah sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Perancangan konten pemasaran berupa peta wisata halal (*Muslim Friendly Tourism Map*)

Peta wisata halal, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1, dibuat menarik menggunakan ilustrasi berupa gambar yang dapat menarik tidak hanya pengguna jasa di kalangan penyuka makanan tradisional yang lahir sebelum tahun 90 an, namun juga dapat menarik generasi yang lebih mudah yang lebih banyak mengenal makanan-makanan tradisional dari luar negara sebagai akibat globalisasi yang menyebabkan dunia menjadi *borderless* termasuk dalam hal akses informasi.

Indikator-indikator yang dapat digunakan dalam mengukur kesadaran individu diantaranya adalah: kondisi sebelum dan sesudah adanya kegiatan pengabdian dalam masyarakat ini, berupa belum diketahuinya potensi pengembangan usaha yang mungkin terkait dengan pengembangan wisata ramah muslim termasuk dalam perancangan konten marketingnya. Sebab itu, edukasi / sosialisasi potensi pengembangan usaha penyedia jasa fasilitas pariwisata yang ramah muslim, perlu dikomunikasikan kepada para pemangku kepentingan bidang pariwisata, termasuk di dalamnya UMKM penyedia jasa fasilitas pariwisata. Kegiatan ini melibatkan tidak sedikit peserta, baik mitra usaha yang didampingi, tutor atau instruktur serta pendamping kegiatan yang merupakan pihak-pihak pemangku kepentingan maupun yang terlibat secara langsung bagi keberlangsungan kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa transfer ilmu pengetahuan dan penerapan teknologi sederhana yang berguna dalam menyelesaikan permasalahan dunia usaha penyedia jasa pariwisata. Para pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut sebagaimana kami paparkan di atas, ditampilkan pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Sosialisasi implementasi penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi dan penunjuk lokasi usaha jasa fasilitas pariwisata ramah muslim

Bagian akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, last but not least adalah evaluasi, yang merupakan bagian penting dari kegiatan berupa perbandingan antara sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian pada masyarakat sebagaimana dipaparkan pada [Tabel 1](#).

**Tabel 1.** Hasil survei kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada usaha penyedia jasa pariwisata, kuliner khas tradisional Kota Palembang

<b>Pernyataan</b>	<b>Nilai Skor</b>		
	Sebelum kegiatan PKM	Sesudah kegiatan PKM	Persentase peningkatan pengetahuan/pemahaman
Memiliki <i>muslim friendly culinary tourism map</i> yang terkonsep	Belum (0)	Sudah (100)	100%
Memahami penerapan konsep rancangan <i>muslim friendly culinary tourism map</i>	Belum (0)	Sudah (100)	100%

Pemaparan materi yang disampaikan oleh narasumber kegiatan edukasi membantu dalam sosialisasi implementasi peta wisata halal, sebagai upaya meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama pemilik usaha tentang pengelolaan bisnis berbasis online. Masyarakat sangat mendukung dalam penyelenggaraan kegiatan ini. Hal ini terlihat pada hasil yang diperoleh dibandingkan dengan sebelum kegiatan, sebagaimana tertera pada [Tabel 1](#), perubahan perilaku pada kegiatan pemasaran berupa peningkatan pemahaman perlunya implementasi atau penerapan konten pemasaran yang ramah muslim berupa peta wisata halal. Sebelumnya UMKM mitra memang telah memiliki semangat dan pengetahuan tentang pentingnya memproduksi produk halal, namun belum memiliki pengetahuan dan konsep perlunya untuk mempublikasikan secara spesifik produk yang ditawarkan sebagai bagian dari pengembangan wisata halal. Setelah dilaksanakannya Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam bentuk edukasi dengan tema terkait didapat hasil pemahaman akan penerapan konsep rancangan Muslim friendly culinary tourism map yang lebih terencana [17]–[19].

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan paparan sebelumnya bahwa tujuan dari pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat ini adalah untuk mengedukasi dan atau mensosialisasi potensi pengembangan usaha melalui penguatan posisi di pasar sebagai usaha penyedia jasa pariwisata, penyedia jasa makanan dan minuman, yang ramah muslim sebagai upaya pulih lebih cepat dan bangkit lebih kuta dalam pembangunan lingkungan pariwisata berkelanjutan. Mengingat hal tersebut menjadi penting pengetahuan dan pemahaman, serta peningkatannya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui edukasi, merujuk pada kegiatan masyarakat sebelumnya. Hal ini penting bagi para pemangku kepentingan diantaranya usaha

penyedia jasa pariwisata, untuk mengembangkan konten konten marketing maupun guiding sebagai cara penyampaian informasi dan penunjuk lokasi. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui sosialisasi atau edukasi hal hal terkait perancangan konten berupa *muslim friendly map* dan pengunggahannya pada media sosial.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Politeknik Negeri Sriwijaya dan Politeknik Mukah Sarawak, atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan baik.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 233–247, 2020.
- [2] Kemenparekraf/Baparekraf RI, "Destinasi Moslem Friendly Tourism Tanah Air," *Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia*, 2021. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Destinasi-Moslem-Friendly-Tourism-Tanah-Air> (accessed Dec. 14, 2021).
- [3] IAEI, "Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah," *Kom. Nas. Ekon. dan Keuang. Syariah*, p. 72 pages, 2020.
- [4] Badan Standardisasi Nasional, "Standar sebagai basis pengembangan Wisata Halal Sumsel," *bsn.go.id*, 2017. [https://bsn.go.id/main/berita/berita\\_det/8791/Standar-sebagai-Basis-pengembangan-Wisata-Halal-Sumsel](https://bsn.go.id/main/berita/berita_det/8791/Standar-sebagai-Basis-pengembangan-Wisata-Halal-Sumsel) (accessed Dec. 14, 2021).
- [5] A. P. J. I. I. APJII, "Peluang Penetrasi Internet dan Tantangan Regulasi Daerah," *BULETIN APJII EDISI 79 Januari 2021*, 2021. <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI79Januari20211.pdf>
- [6] R. Daga *et al.*, "Pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi digital untuk meningkatkan pendapatan masyarakat pulau salemo kabupaten pangkep sulawesi selatan," vol. 3, pp. 187–196, 2023.
- [7] I. Susana, N. N. Alvi, and C. Persada, "Perwujudan Pariwisata Berkelanjutan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Lokal Di Pulau Pahawang, Pesawaran, Provinsi Lampung," *Tataloka*, vol. 19, no. 2, p. 117, 2017, doi: 10.14710/tataloka.19.2.117-128.
- [8] Nofriya, "Peran Serta Masyarakat Dalam Mewujudkan Pariwisata Hijau Di Sumatera Barat," *Semin. Nas. Sains dan Teknol. Lingkung. II Padang*, pp. 60–64, 2016.
- [9] U. Lero, I. Idrus, and M. Hatta, "Pemberdayaan masyarakat nelayan berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Empowering Fisherman Communities Through the Creative Economy to Raise Community Income in the Villages of Ujung Lero , Pinrang," vol. 3, pp. 73–80, 2023, doi: 10.37373/bemas.v3i2.267.
- [10] H. Amir, E. Z. Nailufar, and M. O. Sinaga, "Pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran bagi usaha mikro dimasa pandemi di kota depok," vol. 3, pp. 197–203, 2023.
- [11] W. T. O. United Nations, *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. 2017. doi: 10.18111/9789284419401.
- [12] I. G. B. Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- [13] A. A. Barata, *Dasar - dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004.
- [14] A. P. J. I. I. APJII, "Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI," *BULETIN APJII EDISI 74 November 2020*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, p. 1, 2020. [Online]. Available: <https://apjii.or.id/content/read/104/503/BULETIN-APJII-EDISI-74---November-2020>
- [15] B. C. Pratama, M. N. Innayah, and A. Darmawan, "Pendampingan UMKM dan Pedagang Kaki Lima (PKL) Terdampak Pandemi COVID-19 di Area Universitas Muhammadiyah Purwokerto dalam Menjalankan Contactless Business," vol. 03, no. 01, pp. 116–122, 2021.
- [16] I. D. Fitriani *et al.*, "Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon," vol. 4, pp. 0–7, 2024.
- [17] Ika Candra Destiyanti, "ICD Edukasi gizi isi piringku dengan media powerpoint di SDN Banjaransari Cikijing," *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 314–320, 2024, doi:

- 10.37373/bemas.v4i2.809.
- [18] S. T. Rahmayani and Sri Nurcahyati, “Edukasi Pencegahan Covid-19 dan Pembagian Masker Untuk Kesehatan Masyarakat di Kalitanjung Cirebon,” *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 116–121, 2022, doi: 10.37373/bemas.v2i2.185.
- [19] Miftah Nurfitriinnisa, Chairul Hudaaya, and Chairul Anam Afgani, “Pengaruh edukasi manajemen posyandu terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan agen PDPGR di posyandu keluarga kecamatan sekongkang,” *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 204–211, 2023, doi: 10.37373/bemas.v3i2.442.