

## PENGABDIAN PEMASARAN PRODUK PANGAN DENGAN E-WRITING MENGGUNAKAN WHATSAPP GROUP KEPADA PAGUYUBAN KAWARGIAN ADAT DESA KARANGKAMULYAN

Dedeh Rohayati<sup>1\*</sup>, Ida Farida<sup>2</sup>, Mohamad Ijudin<sup>3</sup>, Etika Rachmawati<sup>4</sup>, Saepul Aziz<sup>5</sup>

<sup>1,3,4</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,  
Universitas Galuh, Jl. R.E. Martadinata No. 150, Ciamis, 46251

<sup>2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Galuh, Jl. R.E. Martadinata No. 150, Ciamis, 46251

<sup>5</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Galuh, Jl. R.E. Martadinata No. 150, Ciamis, 46251

Email: <sup>1</sup>[dedehrohayati2120@unigal.ac.id](mailto:dedehrohayati2120@unigal.ac.id), <sup>2</sup>[Idafarida.galuh@gmail.com](mailto:Idafarida.galuh@gmail.com),

<sup>3</sup>[englisheducation.unigal@gmail.com](mailto:englisheducation.unigal@gmail.com), <sup>4</sup>[etikarachmawati@gmail.com](mailto:etikarachmawati@gmail.com),

<sup>5</sup>[alaziz9933@gmail.com](mailto:alaziz9933@gmail.com)

\*Penulis korespondensi

### Abstract

*This community service is carried out with the aim of increasing the knowledge and the empowerment of Paguyuban Kawargian Adat on marketing of food products and e-writing using WhatsApp Group. The activity involves 9 members of Paguyuban Kawargian Adat in the area of Ciung Wanara Cultural Tourist Attraction who represents kiosk trader. All participants are given a training of food product marketing and Electronic-based writing of English language using WhatsApp Group. The training uses extension activity, Focus Group Discussion (FGD), and WhatsApp Group screenshot documents as the primary data. The result of training shows that the knowledge of Paguyuban Kawargian Adat on marketing of food product achieves 3,8 on average of all 5 test items with the completion value of 76%. Meanwhile, the knowledge of English Advertising Slogan obtains 4,9 on average of all 5 test items with the completion value of 98%. The skill of e-writing includes word, phrase, and sentence levels forming the slogans for food product marketing. The results obtained from Focus Group Discussion suggest that the training or learning using WhatsApp Group impacts on the acquisition of knowledge and empowerment of Paguyuban Kawargian Adat due the assistance and effectiveness of WhatsApp Group.*

**Keywords:** document screenshots; E-writing; focus group discussions; marketing of food products; writing training

### Abstrak

*Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan keberdayaan dan pengetahuan pemasaran produk pangan dengan E-writing menggunakan WhatsApp Group. Kegiatan ini melibatkan anggota Paguyuban Kawargian Adat di area Objek Wisata Budaya Ciung Wanara yang berjumlah 9 orang perwakilan pedagang Warung Kios. Peserta kegiatan diberikan pelatihan pemasaran produk pangan dan penulisan Bahasa Inggris secara elektronik (E-writing) melalui WhatsApp Group. Kegiatan pelatihan menggunakan teknik penyuluhan, diskusi kelompok terfokus dan dokumen tangkap layar WhatsApp Group menjadi sumber data. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pengetahuan Paguyuban Kawargian Adat untuk pemasaran produk pangan mencapai nilai rata-rata 3,8 dari keseluruhan 5 soal yang diberikan sehingga nilai ketuntasannya adalah 76%. Sedangkan pengetahuan E-writing Slogan Iklan Bahasa Inggris mencapai nilai rata-rata 4,9 dari keseluruhan 5 soal yang diberikan sehingga nilai ketuntasannya adalah 98%. Keterampilan menulis Bahasa Inggris secara elektronik meliputi tataran kata, frase, dan kalimat yang membentuk slogan iklan untuk memasarkan produk pangan. Melalui diskusi kelompok terfokus dapat diketahui bahwa pelatihan dan pembelajaran menggunakan WhatsApp Group berdampak terhadap pemerolehan pengetahuan dan keberdayaan masyarakat Paguyuban Kawargian Adat karena kemudahan dan efektifitasnya.*

**Kata Kunci:** diskusi kelompok terfokus; dokumen tangkap layar; E-writing; pelatihan penulisan; pemasaran produk pangan.

### 1. PENDAHULUAN (Introduction)

Pandemi Covid -19 telah menimbulkan dampak buruk terhadap berbagai sektor yang mengakibatkan perekonomian dunia semakin menurun. Sedangkan sektor pariwisata merupakan salah satu sumber perekonomian yang terdampak pandemi Covid-19 dan mengakibatkan penurunan volume pengunjung. Di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia,

sektor pariwisata menjadi salah satu sumber andalan pendapatan daerah dan penunjang pertumbuhan ekonomi (Aliansyah & Hermawan, 2019; Octastefani & Kusuma, 2015). Tidak dipungkiri bahwa kesejahteraan sebagian masyarakat bergantung dari perekonomian yang bersumber dari sektor pariwisata tersebut. Elemen-elemen masyarakat yang berada di sekitar daerah pariwisata pasti merasakan akibat ini, termasuk kelompok Paguyuban Kawagian Adat yang berada di area objek wisata budaya Ciung Wanara, Desa Karangkamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

Sebagian masyarakat Paguyuban Kawargian Adat, sebagai salah satu pemangku kepentingan, berprofesi sebagai pedagang warung kios sekaligus menjadi penyangga bagi pengembangan objek wisata budaya Ciung Wanara (Rohayati et al., 2019; Rohayati, et al., 2019). Jumlah pengunjung yang datang ke warung-warung kios berpotensi untuk menyambangi ke area situs Ciung Wanara sehingga meningkatkan volume pengunjung ke dalam situs. Jika demikian, jumlah penjualan tiket masuk tentu meningkat. Namun demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini fokus kepada peningkatan kapastitas pedagang warung kios sebagai anggota Kawargian Adat dalam upaya pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19; khususnya, mengenai pemasaran produk pangan berbasis digital.

Beberapa upaya telah dilakukan pasca Pandemi Covid-19 di beberapa daerah di Indonesia dalam rangka pemulihan ekonomi sektor pariwisata dari berbagai aspek meliputi infrastruktur, pengalihan manajemen secara online, dan peningkatan sumber daya manusia (Saputra & Mujahiddin, 2021; Sutrisno, 2020; Kanom et al., 2020). Sedangkan pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan literasi digital telah berhasil meningkatkan keterampilan khalayak sasaran untuk melakukan pemasaran secara digital (Nurani et al., 2022; Siregar et al., 2023). Adapun pengabdian kepada masyarakat untuk membantu meningkatkan kreatifitas dan income pemangku kepentingan di daerah objek wisata dilakukan melalui penerapan teknologi desain grafis dan Screen Printing Machine (Putra et al., 2022). Tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Galuh dengan sigap membantu memulihkan perekonomian masyarakat dari sektor pariwisata melalui pengabdian pemasaran produk pangan dengan E-writing menggunakan Whatsapp Group disertai aplikasi desain grafis Canva kepada kelompok masyarakat Paguyuban Kawargian Adat Desa Karangkamulyan.

Kegiatan ini berbentuk pelatihan E-writing Bahasa Inggris untuk pemasaran produk pangan kepada pedagang kios sebagai upaya peningkatan sumber daya manusia untuk anggota Paguyuban Kawargian Adat. Dalam pemasaran agribisnis dibutuhkan strategi pemasaran 4P terdiri dari product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi); keempat komponen ini sangat dibutuhkan agar dapat memenuhi respon yang diinginkan pasar.

Kegiatan pengabdian ini sangat penting dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk pangan melalui E-writing menggunakan media WhatsApp Group. Kedua, kegiatan ini membantu khalayak sasaran meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Bahasa Inggris dan digital literasi. Ketiga,

kemampuan ini sangat penting untuk meningkatkan promosi penjualan produk pangan secara digital dan global di area objek wisata budaya Ciung Wanara Desa Karangkamulyan.

## 2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Pelatihan E-writing merupakan aktifitas menulis berbasis elektronik yang mampu menghasilkan karya inovatif (Rohayati & Lilies, 2019) dan mudah untuk dilakukan karena tidak terbatas ruang dan waktu (Tanjung & Rohayati, 2019). Selain itu, penggunaan beberapa aplikasi desain grafis seperti Canva menghasilkan tulisan yang menarik dan dapat digunakan untuk pemasaran produk pangan berbasis digital literasi. Pengembangan digitalisasi pemasaran memungkinkan ekonomi digital di Indonesia pada 2025 menjadi terbesar di Asia Tenggara (Arumsari et al., 2022).

Slogan adalah ungkapan yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pembaca dan disajikan dalam bentuk perkataan singkat yang mudah diingat dan menarik; bentuknya bisa berupa klausa, frasa, kalimat, pernyataan (Danesi, 2004 dalam Mulyanah, 2013 ; Widhayani, 2020). Ungkapan-ungkapan yang sering ditemukan dalam bentuk tulisan ini memiliki kemampuan membentuk persepsi orang yang membaca atau mendengarnya, memberikan informasi, dan menghimbau masyarakat untuk melakukan sesuatu (Goddard, 2002 dalam Mulyanah, 2013; Widhayani, 2020). Sedangkan periklanan sebagai alat persuasif, mempunyai potensi untuk mempengaruhi pembaca dan pemirsa (Mulyanah, 2013; Widhayani, 2020). Pemanfaatan E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris (ELING SIBER) untuk tujuan promosi penjualan global mempunyai potensi yang signifikan dalam meningkatkan kualitas produk, khususnya di bidang jasa pariwisata (Rohayati, 2018). Pada saat yang sama, menjaga atau meningkatkan kualitas produk dapat berkontribusi pada peningkatan nilai merek. Reputasi merek yang kuat untuk suatu produk atau layanan dapat memperluas basis pelanggan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan yang bertahan lama. Dampak positif dari penggunaan ELING SIBER terlihat dari peningkatan volume penjualan yang terlihat di kawasan Obyek Wisata Ciung Wanara untuk PAIS NILEM ENDOGAN (Rohayati et al., 2022).

## 3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di salah satu tempat wahana wisata di dalam area situs Objek Wisata budaya Karangkamulyan, bernama Gazebo Sipatahun. Waktu pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 28 Juli 2022 yang melibatkan anggota Paguyuban Kawargian Adat di desa wisata Karangkamulyan yang berjumlah 9 orang perwakilan dengan pekerjaan dan hubungan dengan pemilik Warung Kios yang berbeda-beda. Gambaran umum khalayak sasaran yang dimaksud dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1** Peserta Pelatihan

Peserta	Jenis kelamin	Umur (tahun)	Pekerjaan, hubungan dengan Pemilik Warung
Peserta 1	Perempuan	18	Mahasiswa, Anak pemilik Warung Kios 1

---

Peserta 2	Perempuan	32	Ibu Rumah Tangga, Anak pemilik Warung Kios 2
Peserta 3	Perempuan	22	Ibu Rumah Tangga, Anak pemilik Warung Kios 3
Peserta 4	Perempuan	22	Inu Rumah Tangga, Anak pemilik Warung Kios 4
Peserta 5	Perempuan	19	Pelayan Warung Kios 5
Peserta 6	Perempuan	23	Pelayan Warung Kios 6
Peserta 7	Perempuan	18	Siswa SMA, Anak pemilik Warung Kios 7
Peserta 8	Laki-laki	19	Belum bekerja, Anak pemilik Warung Kios 8
Peserta 9	Laki-laki	23	Mahasiswa, Anak pemilik Warung Kios 9

---

Pengambilan data dilakukan melalui wawancara dalam diskusi kelompok terfokus atau Focus group Discussion (FGD) dan dokumentasi tangkap layar WhatsApp Group sebagai hasil data observasi secara online. Dalam sesi diskusi kelompok terfokus tersebut juga dilakukan pemberian materi E-writing Bahasa Inggris menggunakan media Canva dan materi pemasaran produk pangan menggunakan media belajar WhatsApp Group. Dalam proses E-writing, peserta diminta untuk membuat Slogan Iklan Berbahasa Inggris (SIBER) untuk promosi penjualan. Hasil wawancara kemudian dianalisis melalui tahapan transcribing, coding, categorizing, dan interpreting. Sedangkan hasil tangkap layar WhatsApp Group dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui hasil pelatihan setelah proses E-writing Bahasa Inggris dan pemberian materi tentang pemasaran produk pangan yang dilakukan dalam bentuk penyuluhan..

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)**

Pelatihan pemasaran produk pangan dengan E-Writing menggunakan WhatsApp Group telah dilakukan terhadap 9 peserta anggota Paguyuban Kawargan Adat di Desa Karangkamulyan. Hasil diskusi kelompok terfokus membuktikan bahwa mereka belum pernah mendapatkan pengetahuan E-writing Bahasa Inggris menggunakan media Canva dan pemasaran produk pangan. Selain itu, para peserta juga mengatakan pelatihan menggunakan WhatsApp Group memberikan kemudahan (fleksibel) untuk belajar secara sinkron (luring dengan waktu dan tempat yang sama menggunakan WhatsApp Group) dan asinkron sesuai dengan waktu mereka. Salah satu perwakilan peserta mengatakan bahwa: “Saya sangat senang mendapatkan pengetahuan E-writing Bahasa Inggris menggunakan media Canva dan pemasaran produk pangan. E-writing Bahasa Inggris memicu saya belajar aplikasi Canva yang sangat mudah untuk dinavigasi. Selain itu, menulis menggunakan aplikasi Canva yang ada di Smartphone memudahkan saya menterjemahkan kata-kata dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris.” (Hasil Interview, 28 Juli 2022).

Hasil interview tersebut menunjukkan bahwa peserta sebagai mitra telah dilatih dan diberi pengetahuan yang hasilnya dapat diketahui secara kualitatif seperti terlihat dari hasil interview diatas. Pengetahuan tersebut terdiri dari pengetahuan E-writing baik dari aspek literasi bahasa Inggris maupun literasi digital; serta pengetahuan mengenai pemasaran produk pangan. Selain itu, asistansi WhatsApp Group telah diperoleh peserta sehingga pembelajaran menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien.

Sekaitan dengan hasil kegiatan E-writing Bahasa Inggris, semua peserta telah mampu menulis sejumlah kosakata Bahasa Inggris dalam bentuk Slogan Iklan Berbahasa Inggris (SIBER) yang meliputi tataran kata, frase dan kalimat sederhana (imperative dan declarative) seperti digambarkan dalam Tabel 2.

**Tabel 2** Kemampuan ELING SIBER

<b>Peserta</b>	<b>ELING SIBER (E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris)</b>	<b>Keterangan</b>
Peserta 1	<i>Special Nila steamed fish, order here at Ciung Wanara cultural tourismn obejct</i>	9 kata, 1 frase, 1 kalimat imperatif
Peserta 2	<i>Steamed fish, order here at Ciung Wanara cultural tourism object, local caviar tastes like authentic caviar, delicious</i>	15 kata, 2 frase, 1 kalimat imperatif, 1 kalimat deklaratif
Peserta 3	<i>Steamed fish with local caviar, local caviar tastes like authentic caviar</i>	11 kata, 1 frase, 1 kalimat deklaratif
Peserta 4	<i>Steam fish local caviar, a global taste of local caviar, delicious</i>	11 kata, 3 frase
Peserta 5	<i>Steam fish local caviar, a global taste of local caviar, delicious</i>	11 kata, 3 frase
Peserta 6	<i>Steamed fish local caviar, try caviar with local taste of caviar</i>	11 kata, 1 frase, 1 kalimat imperative
Peserta 7	<i>Main course, Nilem fish has a distinctive taste, soft meat texture and savory taste, and contains eggs, even though it looks ordinary, it feels like a winner.</i>	26 kata, 1 frase, 1 kalimat imperatif, 1 kalimat majemuk
Peserta 8	<i>Steamed fish with local caviar, feel the original with local, order here at Ciung Wanara cultural tourism object</i>	16 kata, 3 frase, 2 kalimat imperative
Peserta 9	<i>Steamed fish with local caviar, taste international made with local caviar, feel the original with the local, a global taste of local caviar on a low budget, order here</i>	29 kata, 5 frase, 3 kalimat imperative

---

<b>Peserta</b>	<b>ELING SIBER (E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris)</b>	<b>Keterangan</b>
----------------	---	-------------------

---

Tabel 2 menunjukkan bahwa kosakata yang digunakan oleh peserta mencakup tataran kata, frase, dan kalimat. Kosakata tersebut berhubungan dengan produk pangan yang dipasarkan oleh para peserta. Hal ini sesuai dengan kesepakatan yang diperoleh saat wawancara diskusi kelompok terfokus dimana salah satu produk pangan andalan yang akan dibuat ELING SIBER (E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris) adalah PAIS NILEM ENDOGAN (Steamed Nilem Fish with Its Eggs).

Sedangkan kemampuan peserta sebagai hasil dari pelatihan dalam pemahaman materi E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris untuk promosi penjualan mencapai nilai ketuntasan 98% dan 76% untuk materi pemasaran produk pangan. Hasil tersebut berasal dari test berjumlah 5 soal yang harus dijawab oleh semua peserta dan hasil rata-ratanya 4,9 untuk materi ELING SIBER dan nilai rata-rata 3,8 untuk materi pemasaran produk pangan. Hasil pencapaian peserta setelah pelatihan ditampilkan dalam Tabel 3 berikut ini.

**Tabel 3 Hasil Pencapaian Peserta**

<b>Sinron/ asinkron</b>	<b>Peserta</b>	<b>Nilai</b>	
		<b>Materi E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris</b>	<b>Pemasaran Produk pangan</b>
Asinkron	Warung 1	5	3
Sinkron	Warung 2	5	3
Sinkron	Warung 3	5	4
Sinkron	Warung 4	5	4
Sinkron	Warung 5	5	4
Sinkron	Warung 6	5	4
Asinkron	Warung 7	5	3
Asinkron	Warung 8	5	4
Asinkron	Warung 9	4	5
	Jumlah	44	34
	Rata-Rata	4,9	3,8

---

---

Persentase	98	76
------------	----	----

---

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa penyampaian materi mudah dipahami, terlebih dengan adanya asistansi WhatsApp Group. Empat orang peserta melakukan pelatihan secara asinkron; yaitu, metode pembelajaran secara daring dengan waktu dan tempat yang berbeda. Kondisi ini disebabkan peserta tersebut sedang ada halangan sehingga materi dan pembelajaran dilakukan secara daring di waktu dan tempat yang berbeda. Sedangkan lima orang peserta diberikan pelatihan secara luring dan onsite menggunakan WhatsApp Group sehingga masuk kategori sinkron. Tidak hanya itu, mereka juga sangat antusias dan memiliki motivasi yang tinggi terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini karena pembelajaran sangat mudah, effective, efisien, dan fleksibel.

## 5. KESIMPULAN (*Conclusions*)

Berdasarkan pemaparan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut diatas, kelompok Paguyuban Adat yang terdiri dari 9 orang perwakilan pedagang Warung Kios telah memperoleh ilmu pengetahuan dan keberdayaan. Pengetahuan tersebut sudah dapat dinilai baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Secara kualitatif dapat dilihat dari deksripsi keterampilan menulis Bahasa Inggris berbasis elektronik dalam tataran kata, frase, dan kalimat imperative. Sedangkan secara kuantitatif, ketuntasan nilai mencapai rata-rata 76 % untuk materi pemasaran produk pangan dan ketuntasan nilai mencapai rata-rata 98% untuk materi E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris. Selain itu, peserta juga merasakan kebermanfaatan dari WhatsApp Group yakni asistansi selama kegiatan pelatihan berjalan sehingga kegiatan pembelajaran semakin mudah, efektif dan efisien. Dapat disimpulkan bahwa, peserta memperoleh pengetahuan dan keberdayaan literasi Bahasa Inggris, literasi strategi pemasaran produk pangan, sekaligus literasi digital.

Untuk pengabdian di masa yang akan datang diharapkan unsur-unsur anggota Paguyuban Kawargian Adat lainnya dilibatkan karena kelompok masyarakat ini memiliki profesi yang beraneka ragam. Juga, pelatihan ini dapat menyentuh pemangku kepentingan lainnya atau pelaku wisata lainnya yang berada di daerah objek wisata budaya Ciung Wanara Desa Karangkamulyan. Hingga hari ini, kelompok masyarakat tersebut menjadi penunjang pertumbuhan objek wisata budaya Ciung Wanara di Desa Karangkamulyan Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis Jawa Barat.

## 6. UCAPAN TERIMAKASIH (*Acknowledgement*)

Ucapan yang setinggi-tingginya kepada Allah SWT. yang telah melancarkan kegiatan pengabdian ini. Kepada civitas akademika Universitas Galuh, Kepala Desa Karangkamulyan, serta Paguyuban Kawargian Adat yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini kami haturkan banyak terimakasih tak terhingga.

## 7. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). Peran sektor pariwisata pada pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55.

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran digital marketing dalam upaya Ppngembangan UMKM berbasis teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Danesi, M. (2004). *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication*. Canadian Scholars' Press. <https://books.google.co.id/books?id=IDI4mBnS8OoC>
- Goddard, A. (2002). *The Language of Advertising: Written Texts*. Routledge. <https://books.google.co.id/books?id=V4EIyWCGCSkC>
- Kanom, Nurhalimah, & Darmawan, R. N. (2020). Recovery pariwisata Banyuwangi Pasca Covid-19. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(3), 4257–4266.
- Mulyanah, A. (2013). TRANSITIVITAS PADA SLOGAN IKLAN BERBAHASA INGGRIS : PENDEKATAN TATA BAHASA FUNGSIONAL (Transitivity in English Slogans: A Functional Grammar Analysis). *Sawerigading*, 19(3), 323–331.
- Nurani, N., Dally, D., Hermina, N., Suratman, M., & Firdaus, E. (2022). IMPLEMENTASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN SDM UMKM BINAAN KADIN KOTA BANDUNG BERKARAKTER TECHNOPRENEURSHIP. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 28(3), 351–356.
- Octastefani, T., & Kusuma, B. M. A. (2015). Peran Pemerintah Kabupaten Malang dalam meningkatkan pembangunan ekonomi daerah melalui sektor pariwisata. *JKMP*, 3(1), 1–16.
- Putra, F. U., Sugianto, N., & Wijanarko, A. (2022). Penerapan teknologi desain grafis dan Screen Printing Machine untuk Peningkatan kreatifitas dan income bagi Pokdarwis Desa Rindu Hati Bengkulu Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 28(3), 216–220.
- Rohayati, D. (2018). Dampak Bahasa Inggris sebagai bahasa global untuk meningkatkan kualitas pemasaran (Studi kasus pada pemasaran P'godash Hydroponic Menu di Kota Banjar). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Agribisnis II*, 1–7.
- Rohayati, D., Herlina, R. ., & Rianto, B. (2019). Pelatihan Bahasa Inggris untuk Paguyuban Pedagang “Kawargian Adat” dengan Metode Project-Based Learning. *ABDIMAS GALUH*, 1(1), 1–7.
- Rohayati, D., Iskhak, & Rustandi, A. (2022). Pelatihan bertutur (Storytelling) destinasi wisata bagi pemangku kepentingan di kawasan Objek Wisata Budaya Ciung Wanara Karangkamulyan menggunakan asistensi Whatsapp Group. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan*, 2(2), 86–102. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/21444>
- Saputra, S., & Mujahiddin. (2021). Desa tangguh Covid-19 melalui pemberdayaan kelompok tani berbasis Sosiopreneurship di Desa Sekoci Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 3(1), 85–93. <https://doi.org/10.29303/amtph.v3i1.72>
- Siregar, G., Arda, M., Damanik, W. S., Saragih, S. A., Popy, & Zulham, M. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan Kelompok Tani Keliora. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 29(1), 60–63. <https://doi.org/10.1016/j.jff.2021.1>

- Sutrisno, E. (2020). Strategi pemulihan ekonomi pasca pandemi melalui sektor UMKM dan pariwisata. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 9(1), 641–660.
- Tanjung, R. S., & Rohayati, D. (2019). Pemanfaatan grup Whatsapp pada pengajaran Bahasa Inggris terhadap pramusaji seafood restaurant di pasar ikan pantai timur Pangandaran. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 3(2), 162–182.
- Widhayani, A. (2020). *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster*. Yayasan Hidayatul Mubtadi'in.