



## Upskilling Badan Usaha Milik Ikatan Bimbingan Belajar Djazman: Motivasi Pemasaran, Jangkauan dalam Era Digital dan Strategi Pembelajaran

Devy Aufia Abshor<sup>1</sup>, Fifi Endah Irawati<sup>1</sup>, Septina Rahmawati<sup>1</sup>, Afifah Mar'atus Sholihah<sup>1</sup>, Dwi Cahyono Saputra<sup>1</sup>, Fitri Nur Aini<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Kudus, Jl. Ganesha Raya No.I, Purwosari, Kec. Kota Kab. Kudus, Jawa Tengah, Indonesia 59316

\*Email koresponden: [devyaufia@umkudus.ac.id](mailto:devyaufia@umkudus.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 10 Mar 2025

Accepted: 02 Jun 2025

Published: 31 Jul 2025

#### Kata kunci:

Bimbingan belajar;  
Motivasi Pemasaran;  
Strategi Pembelajaran;  
Upskilling

### A B S T R A K

**Background:** Peran orang tua sangat penting dalam pendidikan anak, namun karena berbagai kendala, mereka sering memilih lembaga bimbingan belajar sebagai alternatif. BUMI PC IMM Kudus memiliki usaha bimbingan belajar Djazman yang kurang dikenal karena minim promosi. Diperlukan pemahaman strategi pembelajaran agar lembaga ini dapat mencetak siswa berkualitas. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pengelola bimbingan belajar Djazman terkait motivasi pemasaran, pemanfaatan era digital, dan strategi pembelajaran. **Metode:** Kegiatan ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, serta melibatkan 25 kader IMM Kudus. **Hasil:** Hampir semua peserta memahami materi yang disampaikan. Sebanyak 2 peserta (8%) memperoleh nilai 70–80, 8 peserta (32%) mendapat nilai 80–90, dan 15 peserta (60%) meraih nilai sangat baik antara 90–100. Secara keseluruhan, 92% peserta mencapai predikat baik dan sangat baik, melampaui target awal sebesar 85%. Meskipun ada 2 peserta dengan nilai cukup, pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. **Kesimpulan:** Kegiatan pelatihan *upskilling* ini berjalan dengan sukses dan peserta sangat antusias dalam mengikuti berbagai tahapan kegiatan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga pendampingan.

### A B S T R A C T

#### Keywords:

Learning Strategy;  
Marketing Motivation;  
Tutoring;  
Upskilling

**Background:** Parents play a crucial role in their children's education. However, due to various challenges, many opt for tutoring institutions as an alternative. BUMI PC IMM Kudus manages a tutoring service called Djazman, which remains relatively unknown due to limited promotion. A clear understanding of effective learning strategies is needed to help this institution produce quality students. The goal of this community service program is to provide managers of the Djazman tutoring service with knowledge and skills, focusing on marketing motivation, digital era utilization, and learning strategies. **Method:** This program employed the Participatory Action Research (PAR) method, comprising planning, implementation, and evaluation stages, and involved 25 cadres from IMM Kudus. **Results:** Most participants demonstrated a good understanding of the material. Two participants (8%) scored 70–80, eight (32%) scored 80–90, and fifteen (60%) scored 90–100. In total, 92% achieved good to excellent results, exceeding the target of 85%. Although two participants scored lower, the training effectively improved their knowledge and skills as planned. **Conclusion:** The *upskilling* training program was successfully conducted, with participants showing great enthusiasm throughout all stages, from socialization and training to mentoring.



## PENDAHULUAN

Pendidikan sebagai usaha dalam meningkatkan taraf kesejahteraan hidup manusia, dimana menjadi bagian dari tujuan pembangunan di Indonesia, telah merubah arah dari berbasis industri ke transisi berbasis pengetahuan ([Permatasari et al., 2022](#)). Maksudnya, pendidikan adalah kunci utama dalam meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Pendidikan di Indonesia adalah hal penting dalam tujuan pembangunan nasional ([Lince, 2022](#)). Arah pembangunan, seiring waktu mengalami pergeseran, dari yang awalnya berbasis industri menuju pembangunan berbasis pengetahuan. Perubahan tersebut menjelaskan pentingnya sumber daya manusia yang kreatif, cerdas, serta mampu mengelola pengetahuan untuk mendorong kemajuan bangsa ([Susanti, 2021](#)). Sehingga tuntutan pendidikan sekarang tidak hanya menilai dari tingkat pengetahuan siswa saja namun juga mementingkan adanya prestasi yang harus dicapai, serta bagaimana pengembangan pola pikir, perbaikan moral dan akhlak. Usaha inilah yang di nilai sangat memberatkan tidak hanya untuk para siswa namun juga para orang tua. Tidak jarang adanya siswa yang lebih mengejar prestasi menjadi kurang memperhatikan pelajarannya, dan siswa yang lebih memberatkan pelajarannya namun juga mengabaikan aspek moril dan agamanya. Peran orang tua dinilai sangat penting sebagai sumber motivasi, namun terkadang kendala-kendala seperti kesibukan, kurang nya faktor kesabaran dan terbatasnya pengetahuan, mereka memilih untuk mencari lembaga bimbingan belajar pihak ketiga dalam memenuhi tuntutan pendidikan di era sekarang ([Kurniati et al., 2020](#)).

Bimbingan belajar Djazman yang merupakan bagian dari Badan Usaha Milik Ikatan (BUMI) Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Kudus (IMM), berdiri pada bulan Januari dengan tujuan memberikan wadah bagi mahasiswa kader Muhammadiyah untuk melaksanakan bentuk pengabdian mereka kepada ikatan yang berwujud pelayanan terbaik dalam bidang Pendidikan. Bimbingan belajar ini juga diharapkan dapat menjadi wadah bagi para kader dalam mendapatkan kesempatan untuk menambah pengalaman, mengasah keterampilan dan mendapatkan penghasilan. Bimbingan belajar ini memberikan pelayanan belajar kepada siswa TK dan SD yang bersifat privat atau hanya memberikan bimbingan belajar kepada satu siswa untuk satu tutor dimana bersifat datang ke rumah.

Bimbingan belajar Djazman memiliki sepuluh (10) tutor yang merupakan mahasiswa dari tiga perguruan tinggi di kabupaten Kudus, yang masing-masing memiliki kemampuan berbeda-beda sesuai dengan bidang studi nya pada perguruan tinggi. Diharapkan dengan keahlian yang dimiliki ini bimbingan belajar Djazman dapat menjawab kebutuhan yang diinginkan oleh para orang tua sesuai dengan tantangan dunia pendidikan sekarang. Sayangnya, dari awal berdiri bimbingan belajar Djazman hanya memiliki tiga siswa saja. Berbagai usaha telah dilakukan seperti promosi baik melalui lisan dari mulut ke mulut dan juga melalui media sosial, namun belum terlihat ketertarikan para orang tua untuk mendaftarkan anaknya masuk ke bimbingan belajar ini, tidak juga para anggota Muhammadiyah sendiri. Sehingga perlu di evaluasi dan dicari akar permasalahannya untuk segera diperbaiki dan menentukan langkah selanjutnya.

Dari hasil observasi dan wawancara kami pada bulan September 2024 baik kepada pengurus, tutor, murid dan pihak luar kami menemukan beberapa permasalahan krusial sebagai berikut;

- 1) kurangnya dorongan atau motivasi pemasaran untuk mencari siswa (karena para tutor dituntut untuk mencari customer/siswa);
- 2) baik tutor maupun pengurus kurang memiliki keterampilan dalam memasarkan dan mempromosikan bimbingan belajar Djazman;
- 3) bimbingan belajar Djazman belum memiliki akun media sosial sendiri, masih mengikuti akun sosial media BUMI (Badan Usaha Milik Ikatan) sehingga masih bergantung dari promosi yang dilakukan oleh BUMI;
- 4) tutor belum memiliki keterampilan strategi pembelajaran yang inovatif;
- 5) secara manajemen dinilai masih kurang dalam merencanakan strategi pendidikan dan pengajaran untuk para siswa, sehingga dinilai kurang menarik dan tidak memiliki nilai keunggulan dibandingkan competitornya.

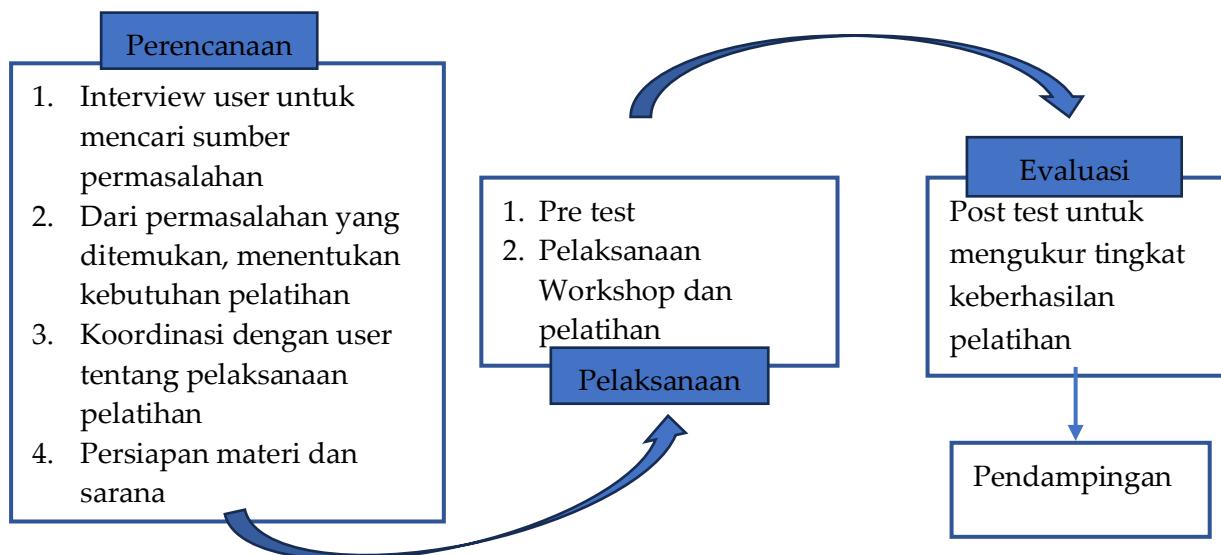
Sehingga diperlukan program yang berupa kegiatan workshop dan pelatihan serta pendampingan untuk meningkatkan kemampuan dalam motivasi pemasaran, jangkauan dalam era digital, dan strategi pembelajaran untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang ditemukan ([Halawa & Harefa, 2024](#)). Purwanto, mengatakan bahwa menyusun strategi pemasaran dapat melalui strategi STP kepanjangan dari *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* untuk menarik konsumen ([Purwanto, 2021](#)). Pengabdian dilakukan dengan tujuan dapat meningkatkan kemampuan (*upskilling*) khususnya dalam bidang pemasaran bagi para pengurus dan tutornya dengan memanfaatkan platform digital, misalnya media sosial, situs web, dan alat komunikasi lainnya ([Khairunnisa, 2022](#); [Sasmita et al., 2021](#); [Yuanita, 2024](#)). Dalam hal strategi pembelajaran, pelatihan yang dilakukan menanamkan nilai kreatif, kritis, dan integritas yang dibutuhkan siswa dalam persiapan menghadapi tantangan global ([Raya et al., 2024](#)).

Selain itu kami mengangkat Profil Pelajar Pancasila yang merupakan pelajar yang berkompetensi global serta memiliki perilaku sesuai nilai Pancasila. Ciri utamanya meliputi: beriman, bertakwa kepada Allah SWT, berakhhlak mulia, berkebhinekaan global, bergotong royong, mandiri, bernalar kritis, dan kreatif ([Abshor, 2023](#)). Pengabdian kepada Masyarakat ini juga akan mengarahkan pengelola dan tutor untuk memasukkan ciri khas bimbingan belajar Djazman dengan mengangkat Profil Pelajar Pancasila. Diharapkan dengan pelatihan dan pendampingan yang berjudul “*Upskilling* Badan Usaha Milik Ikatan Bimbingan Belajar Djazman: Motivasi Pemasaran, Jangkauan dalam Era Digital, dan Strategi Pembelajaran” ini dapat meningkatkan kemampuan para pengurus dan tutor dalam membawa bimbingan belajar Djazman kearah perkembangan yang lebih baik dalam segala aspek.

## METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini kami menyusun serangkaian workshop dan pelatihan. Disamping itu kami juga melakukan usaha pendampingan dalam pelaksanaan materi pelatihan guna menentukan strategi promosi dan melakukan evaluasi sebagai tindakan follow up kegiatan bimbingan belajar Djazman selama tiga bulan kedepan. Tujuan akhir yang ingin dicapai adalah peningkatan jumlah siswa dan pengenalan bimbingan belajar Djazman kepada masyarakat

umum (*branding*). Dalam kegiatan workshop ini pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan langsung dengan mengkombinasikan antara teori dan praktek dengan tujuan tercapai pemahaman dan penerapan ilmu secara efektif. Metode pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) dimana dalam metode ini membutuhkan penyadaran masyarakat mengenai potensi dan masalah yang sudah ada dan mendorong partisipasi masyarakat dalam program perubahan yang akan dilaksanakan (Nuzula et al., 2021). Tahapan metode ini meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan (Wijaya et al., 2024).



**Gambar 1.** Skema Pengabdian Kepada Masyarakat

### Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan bentuk persiapan-persiapan yang harus dilakukan sebelum kegiatan pelatihan dilakukan. Adapun kegiatan yang kami lakukan pada tahap ini adalah:

#### 1. Interview user

Pada tanggal 25 September 2024 dilakukan kunjungan ke bimbingan belajar Djazman PC IMM Kudus sebagai mitra pengabdian untuk meminta ijin terkait keinginan melaksanakan kegiatan pengabdian di bimbingan tersebut. Dalam kunjungan ini, kami melakukan interview terkait bagaimana operasional, manajemen, sistem bimbingan belajar, kebutuhan dan kendala-kendala yang dihadapi. Berikut ini adalah dokumentasi pengabdi saat penandatanganan kerjasama dengan mitra PC IMM Kudus.

#### 2. Perencanaan Pelatihan

Dari hasil interview kami mengetahui permasalahan-permasalahan krusial yang harus ditangani yang kami uraikan dalam pendahuluan, sehingga dirancanglah kegiatan pelatihan dalam menjawab permasalahan yang terjadi. Rancangan pelatihan yang akan diberikan adalah dengan memberikan pelatihan seputar motivasi pemasaran, peningkatan kemampuan pemasaran dan komunikasi, serta strategi pembelajaran bimbingan belajar privat.

### 3. Koordinasi dengan user

Setelah rancangan pelatihan terbentuk kami berkoordinasi dengan pengurus bimbingan belajar terkait pelaksanaan kegiatan, tempat, waktu dan peserta pelatihan.

### 4. Persiapan materi dan sarana

Pada tahap ini kami merancang materi-materi yang diberikan sesuai dengan tema yang telah di rancang dan menentukan narasumber.

#### Tahap Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 16 dan 23 februari 2025 di Aula SMK Muhammadiyah Kudus yang beralamatkan di Jl. Raya Kudus-Jepara KM. 3, Prambatan Lor, Kec. Kaliwungu, Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan peserta berjumlah 25 orang yang terdiri dari pengelola dan tutor bimbingan belajar Djazman serta delegasi dari PK IMM se-Kabupaten Kudus dan delegasi dari PC IMM Kudus. Adapun rangkaian acara dalam kegiatan workshop dan pelatihan ini adalah:

#### 1. Pre-Test

Untuk mengetahui kemampuan awal peserta mengenai strategi pemasaran dan pembelajaran, kami memberikan soal pretest berbentuk pilihan ganda melalui google form berjumlah 10 soal.

#### 2. Pelaksanaan Kegiatan

Materi workshop dan pelatihan dibagi menjadi tiga sesi oleh narasumber masing-masing

- a) Motivasi Pemasaran dan jangkauan dalam era digital, materi yang diberikan :
  - 1) Motivasi pemasaran khususnya bagi para tutor dan pengurus
  - 2) Komunikasi pemasaran yang baik dan bagaimana memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen
  - 3) Branding, pentingnya branding dan strategi branding untuk bimbingan belajar Djazman.
  - 4) Strategi pemasaran dan pemanfaatan sosial media dalam pemasaran
  - 5) strategi pemasaran jasa dan pemanfaatan sosial media dan jangkauannya berikut ini adalah dokumentasi pemateri saat memberikan materi.
- b) Strategi pembelajaran bimbingan belajar privat

Bimbingan belajar yang berkualitas bukan hanya sekedar memberikan materi pelajaran, namun juga menanamkan nilai kreatif, kritis, dan integritas yang dibutuhkan siswa dalam persiapan menghadapi tantangan global (Raya et al., 2024). Strategi pembelajaran memiliki peran penting dalam proses belajar mengajar, diantaranya; a) siswa tidak mudah bosan; b) pembelajaran tidak monoton disampaikan satu arah oleh tutor; c) tutor menjadi lebih mudah dalam penyampaian materi; serta d) pembelajaran menjadi lebih menarik (Sanjani, 2021). Saat tutor bisa merancang dan menggunakan strategi belajar yang tepat, maka seorang tutor sebuah bimbingan belajar dapat menjadi "rumah" saat siswa butuh. Bahkan saat tidak dibutuhkanpun, siswa tetap mencari. Berikut ini adalah

dokumentasi pemateri saat memberikan materi tentang strategi pembelajaran bimbingan belajar privat.

c) *Sharing* oleh *founder* bimbingan belajar Bezzie

*Sharing* dilakukan oleh *founder* bimbingan belajar Bezzie yang memberikan pengalamannya dalam mendirikan bimbingan belajar hingga berhasil sampai sekarang ini, sharing yang diberikan mulai dari strategi pemasaran, digital marketing, hingga strategi pembelajaran para tutornya.

d) Tanya Jawab

Pada tahap ini dilakukan sesi konsultasi dan tanya jawab terkait materi yang disampaikan serta permasalahan yang dihadapi di lapangan guna menentukan implementasi pemasaran yang tepat untuk di terapkan ke depannya.



Gambar 2. Kegiatan Interview mitra



Gambar 3. Pemnyampain Materi Pemasaran dan Jangkauan dalam Era Digital



Gambar 4. Penyampaian materi strategi pembelajaran bimbingan belajar privat

### Tahap Evaluasi

Saat akhir kegiatan, untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan peserta diminta untuk mengisi post test berupa soal pilihan ganda melalui google form berjumlah 10 soal. Post test ini untuk mengukur peningkatan kemampuan peserta setelah diberikannya pelatihan dan praktik. Pengukuran keberhasilan pelatihan dilihat dari persentase peserta yang mencapai skor dengan target minimal 85% dengan predikat baik. Nilai yang digunakan sebagai dasar menurut

Suryanto (2009) adalah: Nilai > 90- 100 amat baik, Nilai > 80-90 Baik, Nilai > 70-80 Cukup, Nilai > 60-70 Sedang dan Nilai < 60 Kurang.

### Pendampingan

Setelah kegiatan selesai, kami akan melakukan kegiatan pendampingan dengan tujuan melihat bagaimana peserta mengimplementasikan pelatihan dan materi yang telah diberikan. Selain itu kami juga melakukan pendampingan pembuatan akun sosial media untuk bimbingan belajar Djazman, membantu perencanaan sosial media dan konten media sosial sebagai usaha branding. Terkait strategi pembelajaran, rencana pendampingan yang akan kami lakukan adalah membantu merancang bahan ajar dan materi ajar secara kreatif. Pelaksanaan pendampingan ini kami rencanakan dalam tiga bulan kedepan sebagai bentuk *follow up* kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik, dibuktikan dengan antusiasme para peserta baik dalam kegiatan pelatihan namun juga kegiatan tanya jawab yang dilakukan. Pasca kegiatan, terlihat adanya peningkatan motivasi peserta untuk segera mengaplikasikan materi yang diberikan dan adanya peningkatan dalam hal pengetahuan peserta. Berikut ini adalah dokumentasi seluruh kegiatan pelatihan.



Gambar 5. Foto Kegiatan Peserta

Tabel 1. Hasil Evaluasi Peserta

No	Nilai	Predikat	Jumlah	Presentase
1	> 90- 100	Amat Baik	15	60%
2	> 80-90	Baik	8	32%
3	> 70-80	Cukup	2	8%
4	> 60-70	Sedang	0	0%
5	< 60	Kurang	0	0%
		.	35	100%

Sumber : data diolah, 2025

Dilihat dari tabel diatas, hampir semua peserta memahami materi yang kami sampaikan, dibuktikan dengan perolehan nilai dengan rentang 70-80 sebanyak 2 orang atau sekitar 8%, rentang nilai 80-90 sebanyak 8 orang peserta atau sekitar 32%. Dalam pelatihan ini memang tidak ada peserta dengan nilai 100 sempurna, namun terdapat 15 peserta dengan nilai sangat baik

dengan rentang nilai antara 90-100 sekitar 60%. Dari keseluruhan total nilai baik dan amat baik sudah tercapai target 92% dan walaupun masih terdapat 2 orang dengan nilai cukup, pelatihan yang kami berikan dirasa dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta dan target awal terpenuhi dengan presentase nilai diatas baik sekitar 92% dari target awal 85% peserta mendapatkan nilai dengan predikat baik.

Terkait pertanyaan terbuka (*post-test*) yang diberikan kepada peserta, tingkat motivasi mereka dalam mengajar dan menerapkan ilmu yang diberikan pada pelatihan ini juga meningkat. Banyak dari mereka yang sudah tidak sabar dalam menerapkan materi yang dipelajari saat pelatihan. Mereka juga mengungkapkan, dengan adanya pelatihan ini, dapat merubah pola komunikasi mereka kepada siswa bimbingannya. Mereka menjadi lebih percaya diri baik dalam berkomunikasi nantinya ataupun berkomunikasi dengan orang tua dalam usaha ikut memasarkan bimbingan belajarnya.

## KESIMPULAN

Kesimpulan kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan *upskilling* dalam meningkatkan motivasi, kemampuan dan pengetahuan peserta dirasa berhasil. Dibuktikan dengan perolehan skor nilai yang rata-rata diatas baik dan dilihat dari antusiasme para peserta dalam berdiskusi dan tanya jawab. Dari pertanyaan terbuka diketahui banyak dari peserta yang tidak sabar untuk menerapkan materi yang dipelajari dalam pelatihan. Mereka juga berpendapat dengan adanya pelatihan ini, dapat merubah pola komunikasi mereka kepada siswa bimbingannya dan peningkatan rasa percaya diri baik dalam berkomunikasi nantinya dengan siswa ataupun berkomunikasi dengan orang tua dalam usaha ikut memasarkan bimbingan belajarnya. Pendampingan terkait pengaplikasian materi pelatihan dilaksanakan selama tiga bulan setelah kegiatan berlangsung. Namun tidak dapat membahas lebih lanjut, karena pendampingan ini merupakan usaha follow up kegiatan yang dimasukkan pada agenda pengabdian selanjutnya. Saran dari hasil pengabdian ini yaitu adanya pendampingan lanjutan atau kolaborasi dengan pihak lain terkait pengaplikasian strategi pemasaran dan pembelajaran bimbingan privat. Selain itu, bisa di aplikasikan di daerah lain juga.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Kudus, Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan sebagai pemberi Hibah Risetmu Batch VIII tahun 2024, dan Mitra Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Kabupaten Kudus. Kontribusi mereka adalah pilar penting dalam suksesnya pengabdian kepada masyarakat ini, dan tim pengabdi semaksimal mungkin untuk memanfaatkan dan melanjutkan usaha dalam memberikan kontribusi yang berarti untuk masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, D. A. and D. (2023). Bimbingan Belajar Gratis Beroprofil Pancasila. *Jurnal Analisis Ilmu Pendidikan*, 4(2), 61–64.
- Halawa, S., & Harefa, D. (2024). The Influence Of Contextual Teaching And Learning Based Discovery Learning Models On Abilities Students' Mathematical Problem Solving. *Afore: Jurnal Pendidikan*

- Matematika, 3(1), 11–25. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i1.1711>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Kurniati, E., Nur Alfaeni, D. K., & Andriani, F. (2020). Analisis Peran Orang Tua dalam Mendampingi Anak di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 241. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.541>
- Lince, L. (2022). Implementasi Kurikulum Merdeka untuk Meningkatkan Motivasi Belajar pada Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan IAIM Sinjai*, 1(1), 38–49. <https://doi.org/10.47435/sentikjar.v1i0.829>
- Nuzula, N. F., Junining, E., Purwaningtyas, I., & Hartono, D. (2021). Business model untuk menciptakan strategi business longevity bagi kampung wisata. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 49–64. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v17i1.3102>
- Permatasari, D., Yogapratama, F., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk UMKM Batik. *Transformasi Dan Inovasi*, 2(1), 60–72.
- Purwanto. (2021). Recovery Marketing Strategyfor Custombag Producer-Home Industryduring The Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research(IJEBAR)*, 5(2), 1–6.
- Raya, U. N., Waruwu, O., & Warmadewa, U. (2024). *Bimbingan Belajar Berkualitas Di Sato Anak Pintar : Membangun Pondasi Pendidikan Internasional Bali*. 3(2), 50–62.
- Sanjani, M. A. (2021). Pentingnya Strategi Pembelajaran Yang Tepat Bagi Siswa. *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan*, 10(2), 32–37.
- Sasmita, A., Ambarita, Y. M., & Putri, A. M. (2021). Strategi Pemasaran Tokopedia dalam Persaingan Antar E-Commerce dengan Analisis SWOT. *Jptam*, 5(2), 3397–3404. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1403>
- Susanti, L. (2021). *Strategi Pembelajaran Online Yang Inspiratif*. PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Wijaya, A. P., Riniarti, M., Firdaus, I., Kehutanan, J., Lampung, U., Prof, J., Brodjonegoro, S., Gedung, N., Fisika, J., Lampung, U., Prof, J., Brodjonegoro, S., Gedung, N., & Lampung, B. (2024). *Kampung Literasi : Peningkatan Kemampuan Masyarakat dalam Mengelola Pojok Baca Saraswati*. 13(3), 2176–2190.
- Yuanita, Y. (2024). Potensi wisata edukasi berbasis experiential learning dan pemasarannya di Kampoeng Kids Kota Batu, Jawa Timur untuk menjangkau segmen pasar yang diharapkan. *Syntax Idea*, 6(2), 527–540. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i2.2967>