

# Pengembangan Produk Kacang Sembunyi dan Ladrang Sebagai Souvenir Desa Wisata Tista Melalui Pemberdayaan UMKM

Ni Made Rai Erawati <sup>1\*</sup>, I Komang Wiratama <sup>2</sup>, Cokorda Istri Sri Widhari <sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

<sup>2</sup> Teknik Elektro Politeknik Negeri Bali

\* maderaiawati@pnb.ac.id

## Abstrak

Desa Tista merupakan desa yang berada di kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan. Desa Tista memiliki beberapa UMKM yang berkembang dan bisa dijadikan pilihan sebagai buah tangan atau souvenir bagi wisatawan antara lain ada usaha keripik ladrang dan kacang sembunyi, kedua UMKM ini menjadi mitra dalam kegiatan ini karena merupakan produk yang menjadi souvenir khas Desa Tista. Permasalahan yang dialami kedua mitra ini dari sisi produksi yaitu terdapat keterbatasan alat untuk menggoreng sehingga menyebabkan kurang bervariasinya produk mitra, pekerja belum menggunakan APD serta kemasan produk hanya menggunakan plastik bening yang dijepret sehingga tidak menarik dan cepat layu. Permasalahan dari sisi operasional adalah manajemen keuangan mitra masih tidak terstruktur. Selain itu, dari segi pemasaran, mitra hanya melakukan pemasaran langsung atau door to door. Solusi yang ditawarkan pada kegiatan tersebut adalah pemberian alat bantu produksi, memberikan pelatihan Kesehatan dan Keselamatan kerja karyawan melalui penggunaan Alat Pelindung Diri (APD), pendampingan pembuatan variasi produk rasa baru serta pedas dengan leveling, pelatihan pengemasan produk, pelatihan pengelolaan keuangan secara benar serta pelatihan pemasaran secara online baik melalui sosial media. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan terdapat perbedaan waktu produksi sebelum dan setelah adanya peningkatan alat produksi yang diberikan oleh tim pengabdian. Waktu produksi berkurang 50% sehingga dengan waktu yang sama seperti sebelumnya mitra dapat menghasilkan lebih banyak produk yang artinya jumlah produksi juga turut meningkat 50%. Dalam proses produksinya, mitra beserta karyawan lainnya sudah menggunakan APD lengkap. Evaluasi juga dilakukan terhadap pengemasan produk dimana dengan kemasan dan label, saat ini mitra sudah menggunakannya dan 100% produk mitra sudah berisi label usaha.

**Kata Kunci:** pemberdayaan UMKM, desa wisata, Ladrang, kacang sembunyi

## Pendahuluan

Desa wisata adalah tempat dimana wisatawan dapat tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, biasanya di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat sehingga daya tarik utama desa wisata adalah kehidupan warga desa yang unik dan relatif jarang ditemui di perkotaan (Rahajeng, 2018).

Desa wisata selain memiliki potensi keindahan alam dan seni pertunjukannya juga memiliki daya tarik yang mampu menarik wisatawan yaitu buah tangan berupa souvenir (Sumardiana and Trisdyani, 2020). Souvenir berupa pernak-pernik unik maupun makanan khas dari desa wisata yang sesuai dengan karakteristik dan kondisi daerah. Diharapkan secara tidak langsung dengan adanya souvenir khas membuat wisatawan menjadi selalu teringat pada desa wisata yang dikunjungi saat melakukan perjalanan wisatanya (Sitohang, Pakpahan and Silitonga, 2019). Pada kegiatan pengabdian sebelumnya oleh (Suharyadi *et al.*, 2021) telah dilakukan pelatihan pembuatan souvenir khas desa Srumbung Gunung berupa baju kaos sablon dengan tulisan-tulisan kreatif yang membawa pesan perdamaian, hasilnya sampai akhir tahun 2020 baju sejumlah 25 sudah berhasil terjual. Hal ini membuktikan bahwa souvenir khas desa sangat diminati oleh wisatawan untuk itu perlu juga dikembangkan souvenir khas desa lainnya seperti Desa Tista.

Desa Tista merupakan desa yang berada di kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan. Desa Tista memiliki beberapa potensi wisata seperti aktivitas trekking di jogging and cycling track sembari melihat hamparan sawah kemudian juga memiliki daya tarik wisata berupa makanan yang dibuat oleh UMKM yang ada. Desa Tista memiliki beberapa UMKM yang berkembang dan bisa dijadikan pilihan sebagai buah tangan atau souvenir bagi wisatawan. UMKM yang ada di Desa Tista antara lain ada usaha keripik ladrang dan kacang sembunyi, kedua UMKM ini menjadi mitra dalam kegiatan ini karena merupakan produk yang menjadi souvenir khas Desa Tista. Usaha keripik ladrang merupakan usaha milik mitra yang sudah berdiri tahun 2020. Sedangkan usaha kacang sembunyi merupakan usaha milik mitra yang sudah berdiri tahun 2020 juga. Kedua usaha ini berlokasi di Banjar Carik Desa Tista Tabanan. Jarak lokasi kedua mitra dengan pengusul adalah 40,1 km. Adapun produk yang dihasilkan oleh kedua mitra hanya satu jenis masing-masing yaitu keripik ladrang dan kacang sembunyi. Usaha keripik ladrang dibantu oleh 4 orang pekerja dengan pemasaran yang dilakukan hanya terbatas dengan menitipkan di toko grosir desa. Sedangkan usaha kacang sembunyi hanya dibantu oleh 2 orang pekerja dengan pemasaran yang dilakukan door to door serta menitipkan di warung sekitar.

Kedua usaha mitra baik keripik ladrang dan kacang sembunyi masih memiliki beberapa permasalahan baik dari segi produksi, operasional hingga pemasaran. Dari segi produksi kedua mitra masih mengalami kendala karena minimnya alat pengolahan yang bisa digunakan sehingga produk hanya dihasilkan mitra hanya satu jenis saja, mitra belum mampu memvariasikan produknya karena keterbatasan ini. Selain itu, berdasarkan pengamatan saat kunjungan lapangan juga, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan pada proses produksi seperti pekerja belum menggunakan Alat Pelindung Diri (APD) untuk keselamatan dan kesehatan kerja serta belum mengerjakan kebersihan seperti celemek, topi, sarung tangan dan lainnya. Mitra tidak memiliki pengetahuan mengenai APD yang baik untuk proses produksi pada tempat usahanya. Permasalahan dari sisi operasional adalah dari sisi pengemasan produk masih menggunakan plastik kemudian dijepret tentunya hal ini akan membuat produk yang dihasilkan tidak menarik dan cepat layu. Selain itu juga dari proses manajemen keuangan mitra hanya mencatat secara asal, jadi tidak secara terstruktur dan rinci sehingga ini membuat kesulitan mengetahui untung dan ruginya. Permasalahan lainnya dari sisi pemasaran mitra hanya mengandalkan door to door atau dengan menitipkan ke warung atau toko grosir jadi pemasaran produk

kurang luas padahal seharusnya produk ini bisa menjadi salah satu daya tarik dari Desa Tista dan dapat dijadikan souvenir atau buat tangan khas dari Desa Tista. Produk yang dihasilkan kedua mitra berupa keripik ladrang dan kacang sembunyi dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Hasil Produksi Mitra

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan kedua mitra dapat ditampilkan ringkasan profil mitra oleh keripik ladrang Tabel 1 dan ringkasan profil mitra oleh kacang sembunyi Tabel 2.

**Tabel 1.** Profil Mitra Keripik Ladrang

| No | Uraian                              | Mitra Ni Nyoman Sri Wardani                                                                                 | Keterangan                                       |
|----|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1  | Hasil Produksi                      | Keripik ladrang                                                                                             |                                                  |
| 2  | Penggunaan bahan campuran produk    | Tepung terigu, garam, mentega, gula                                                                         |                                                  |
| 3  | Pendapatan minimal per bulan (Rp.)  | Kurang lebih Rp. 700.000                                                                                    | Tergantung penjualan produk                      |
| 4  | Pendapatan maksimal per bulan (Rp.) | Kurang lebih Rp. 900.000                                                                                    | Tergantung penjualan produk                      |
| 5  | Manajemen Keuangan                  | Tidak mengetahui keuntungan dan kerugian secara pasti                                                       | Penjualan dicatat belum rinci dan ringkas        |
| 6  | Proses produksi                     | Jumlah alat produksi yang digunakan masih kurang sehingga proses produksi membutuhkan waktu yang cukup lama | Menggunakan alat yang sederhana dan tradisional  |
| 7  | Pengemasan                          | Menggunakan plastik                                                                                         |                                                  |
| 8  | Pemasaran                           | Memasarkan di toko grosir yang ada di desa                                                                  |                                                  |
| 9  | Jumlah Pekerja selain mitra         | 4 orang                                                                                                     |                                                  |
| 10 | Ketersediaan bahan baku             | Cukup tersedia                                                                                              |                                                  |
| 11 | Jumlah produksi                     | Jumlah produksi rata-rata 16 kg per minggu                                                                  | Jumlah produksi tidak menentu tergantung pesanan |

*Sumber: Hasil wawancara kepada mitra Ni Nyoman Sri Wardani selaku pemilik usaha keripik ladrang*

**Tabel 2.** Profil Mitra Kacang Sembunyi

| No | Uraian                              | Mitra Ni Nyoman Sri Wiryawati                                                                               | Keterangan                                       |
|----|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1  | Hasil Produksi                      | Kacang Sembunyi                                                                                             |                                                  |
| 2  | Penggunaan bahan campuran produk    | Kacang tanah, tepung terigu, garam, mentega, gula                                                           |                                                  |
| 3  | Pendapatan minimal per bulan (Rp.)  | Kurang lebih Rp. 500.000                                                                                    | Tergantung penjualan produk                      |
| 4  | Pendapatan maksimal per bulan (Rp.) | Kurang lebih Rp. 700.000                                                                                    | Tergantung penjualan produk                      |
| 5  | Manajemen Keuangan                  | Tidak mengetahui keuntungan dan kerugian secara pasti                                                       | Penjualan dicatat belum rinci dan ringkas        |
| 6  | Proses produksi                     | Jumlah alat produksi yang digunakan masih kurang sehingga proses produksi membutuhkan waktu yang cukup lama | Menggunakan alat yang sederhana dan tradisional  |
| 7  | Pengemasan                          | Menggunakan plastik dan dijepret                                                                            |                                                  |
| 8  | Pemasaran                           | Memasarkan door to door dan menitipkan di warung sekitar                                                    |                                                  |
| 9  | Jumlah Pekerja selain mitra         | 2 orang                                                                                                     |                                                  |
| 10 | Ketersediaan bahan baku             | Cukup tersedia                                                                                              |                                                  |
| 11 | Jumlah produksi                     | Jumlah produksi rata-rata 56 kg per minggu                                                                  | Jumlah produksi tidak menentu tergantung pesanan |

Sumber: Hasil wawancara kepada mitra Ni Nyoman Sri Wiyawati selaku pemilik usaha kacang sembunyi

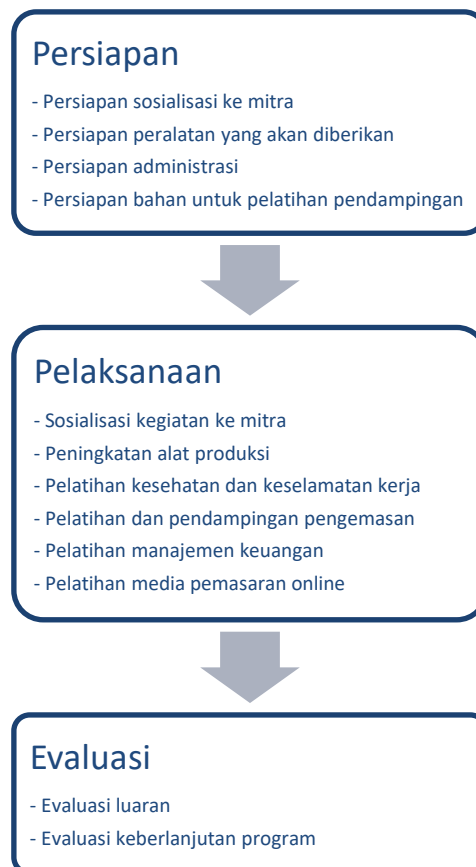
Berdasarkan hasil analisa terhadap situasi eksisting maka diketahui permasalahan prioritas kedua mitra adalah dari sisi produksi, operasional dan pemasaran. Permasalahan dari sisi produksi yaitu terdapat keterbatasan alat untuk menggoreng sehingga menyebabkan kurang bervariasinya produk mitra, serta pekerja belum menggunakan APD dan memperhatikan kebersihan. Kemasan produk keripik ladrang dan kacang sembunyi hanya menggunakan plastik bening yang dijepret dengan streples sehingga tidak menarik dan cepat layu. Permasalahan dari sisi operasional adalah manajemen keuangan mitra masih tidak terstruktur sehingga kesulitan menghitung laba dan rugi. Dari segi pemasaran, mitra hanya melakukan pemasaran langsung atau *door to door* dan belum memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan pemasaran secara online.

Solusi yang ditawarkan ini mengacu pada pengabdian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Pamularsih *et al.*, 2022) untuk ladrang dan kacang sembunyi ini. Beberapa solusi yang diberikan yang pertama adalah pemberian alat bantu produksi untuk meningkatkan produksi seperti kompor gas, wajan dan lainnya untuk mengatasi permasalahan lamanya waktu produksi. Solusi kedua adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada mitra mengenai pentingnya Kesehatan dan Keselamatan kerja karyawan melalui penggunaan Alat Pelindung Diri (APD). APD yang perlu digunakan antara lain celemek, topi chef, dan sarung tangan sekali pakai yang digunakan saat proses produksi dan *packing*. Solusi ketiga adalah perbaikan pengemasan produk yang pada awalnya produk keripik dan kacang hanya dikemas dengan plastik biasa dan dijepret, maka digantikan dengan kemasan *packing* khusus yang menarik dan berisi label agar bisa dijadikan souvenir. Solusi keempat adalah perbaikan manajemen keuangan mitra melalui pelatihan cara menjalankan pengelolaan keuangan secara benar seperti pengumpulan nota,

pencatatan stok barang, pencatatan pengeluaran dan pemasukan hingga perhitungan laba dan rugi. Solusi yang terakhir adalah meningkatkan pemahaman mengenai pemasaran secara online melalui sosial media melalui pelatihan dan pendampingan.

## Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dari kegiatan ini ditunjukkan oleh Gambar 2 Kegiatan pengabdian ini dimulai dari persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.



**Gambar 2.** Metode Pelaksanaan

Masing-masing tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan sebagai berikut. Pada tahap persiapan ini dilakukan persiapan untuk sosialisasi ke mitra, persiapan bantuan peralatan produksi yang dibutuhkan mitra, persiapan administrasi dan persiapan bahan pelatihan dan pendampingan pada mitra. Pada tahap pelaksanaan dilakukan sosialisasi kegiatan, peningkatan peralatan, pelatihan kesehatan keselamatan kerja, pelatihan packaging kemasan, pelatihan manajemen keuangan serta pelatihan media pemasaran online. Pada tahap evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara kegiatan yang dilakukan dengan rencana yang ditetapkan pada tahapan kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

## Hasil dan Pembahasan

### Persiapan

Pada tahapan persiapan ini dilakukan beberapa kegiatan yaitu persiapan sosialisasi ke mitra, mempersiapkan peralatan yang akan diberikan, persiapan administrasi dan mempersiapkan bahan untuk pelatihan

### Pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan ini dilakukan beberapa kegiatan yaitu sosialisasi kegiatan ke mitra, peningkatan alat produksi, pelatihan kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendampingan pengemasan, pelatihan manajemen keuangan serta pelatihan media pemasaran online. Masing-masing kegiatan akan dijelaskan sebagai berikut.

#### *Sosialisasi Kegiatan ke Mitra*

Pada kegiatan ini tim pengabdian melakukan kunjungan ke tempat mitra untuk mensosialisasikan kegiatan pengabdian yang akan dilakukan. Hal yang dibahas pada sosialisasi ini adalah terkait kegiatan yang akan dilaksanakan serta jadwal kegiatan akan terlaksana. Diharapkan dengan kegiatan ini mitra dapat mengetahui maksud dan tujuan dari kegiatan pengabdian ini.

#### *Peningkatan Alat Produksi*

Pada kegiatan ini tim pengabdian memberikan bantuan berupa peningkatan alat produksi yang dapat digunakan oleh mitra dalam proses produksi. Pada saat kunjungan pertama ke tempat masing-masing mitra, tim pengabdian serta mitra sudah mendiskusikan terkait permasalahan mitra serta solusi yang dapat ditawarkan oleh tim pengabdian. Salah satunya adalah peningkatan alat produksi berupa mixer, kompor gas, chooper, mesin penggiling dan beberapa peralatan penunjang produksi lainnya. Karena kebutuhan kedua mitra baik mitra ladrang dan kacang sembunyi sama maka bantuan yang diberikan juga sama. Dokumentasi penyerahan bantuan alat produksi untung mitra ladrang dan kacang sembunyi dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Pemberian Alat Produksi

### ***Pelatihan Kesehatan dan Keselamatan Kerja***

Pelatihan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kecelakaan kerja yaitu dengan cara berkerja secara disiplin dan hati-hati. Bekerja di dapur memiliki resiko munculnya cedera ringan bahkan cedera serius. Alat memasak yang panas, banyaknya peralatan dapur yang tajam dan berbahaya yang diletakkan smebarangan tempat dan tidak teratur dapat mengancam keselamatan kerja bagi mitra atau pekerja di dapur. Pelaksanaan pelatihan K3 di lingkungan dapur ini juga salah satu usaha untuk meminimalisir adanya kecelakaan di tempat kerja atau dapur hal ini, mengurangi kelalaian kerja, menambah produktivitas manusia dan juga memelihara lingkungan kerja yang sehat dan efisien. Dalam kegiatan ini mitra diberikan pemahaman mengenai kesehatan keselamatan kerja serta kebersihan proses produksi serta pemberian APD seperti celemek, topi chef, dan sarung tangan sekali pakai dalam proses produksi untuk menjaga higienitas produk. Dokumentasi mitra telah menggunakan APD lengkap saat proses produksi dan pengemasan dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Penggunaan APD Saat Pengemasan

### ***Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan***

Pengemasan yang selama ini digunakan oleh mitra adalah menggunakan plastik kemudian dijepret. Kemasan ini tentunya memiliki beberapa kekurangan selain dari segi estetika tidak menarik, produk lardang dan kacang sembunyi akan cepat melempem sehingga tidak enak untuk dikonsumsi serta ketahanan produk semakin berkurang. Mengacu pada hal tersebut maka tim pengabdian memberikan bantuan berupa kemasan baru dalam bentuk standing pouch dalam berbagai ukuran sehingga mitra bisa memiliki variasi produk yang dijual dengan harga yang berbeda-beda. Dokumentasi pelatihan dan pendampingan pengemasan dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** *Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan*

### ***Pelatihan Manajemen Keuangan***

Berdasarkan wawancara kepada mitra, mitra tidak memiliki keuangan yang jelas, hanya memiliki buku catatan pemesanan dan terkadang menuangkannya ke dalam nota penjualan. Maka dari itu tim pengabdian memberikan pelatihan manajemen keuangan sederhana yang dibagi menjadi dua tahapan yang pertama adalah membuat nota penjualan yang disertai dengan cap usaha mitra kemudian tahapan yang kedua adalah membuat rekapan hasil pemasukan dan pengeluaran ketika mitra membeli bahan baku ke dalam sebuah buku kas. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan mitra dapat dengan jelas mengetahui laba dan rugi dari usaha mitra ini. Dokumentasi kegiatan pelatihan manajemen keuangan dapat dilihat pada Gambar 6.



**Gambar 6.** *Pelatihan Manajemen Keuangan*

### ***Pelatihan Media Pemasaran Online***

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada mitra, selama ini pemasaran produk mitra hanya terbatas pemasaran door to door, terkadang juga dengan menitipkannya ke warung terdekat. Mitra tidak pernah mencoba memasarkan produknya pada sosial media karena kurangnya pengetahuan mitra terkait dengan penggunaan sosial media padahal pemasaran produk lebih efektif dilakukan melalui pemasaran online. Maka dari itu terkait pemasaran produk, tim pengabdian memberikan mitra pelatihan media pemasaran online menggunakan sosial media yaitu instagram. Pertama tim membuatkan akun instagram untuk mitra, setelah itu mitra didampingi untuk melakukan posting pada

akun sosial media tersebut untuk mempromosikan produk. Dokumentasi pelatihan terkait pelatihan digital marketing dapat dilihat pada Gambar 7.



**Gambar 7.** *Pelatihan Media Pemasaran Online*

## **Evaluasi**

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi langsung di lokasi mitra. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra terdapat perbedaan waktu produksi sebelum dan setelah adanya peningkatan alat produksi yang diberikan oleh tim pengabdian. Waktu produksi berkurang 50% sehingga dengan waktu yang sama seperti sebelumnya mitra dapat menghasilkan lebih banyak produk yang artinya jumlah produksi juga turut meningkat 50%. Dalam proses produksinya, mitra beserta karyawan lainnya sudah menggunakan APD lengkap. Evaluasi juga dilakukan terhadap pengemasan produk dimana dengan kemasan dan label usaha yang diberikan kepada mitra, saat ini mitra sudah menggunakannya dan 100% produk mitra sudah berisi label usaha. Untuk evaluasi digital marketing, mitra sendiri sudah mulai mengunggah foto dan video usahanya dimasing-masing sosial media yang dimiliki, namun akan dilakukan evaluasi lanjutan terhadap respon konsumen serta manajemen keuangan akan dilakukan evaluasi lanjutan.

## **Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian ini adalah beberapa kegiatan yang telah dilakukan sampai saat ini oleh Tim Pengabdian untuk membantu usaha masing-masing mitra adalah sosialisasi ke mitra, peningkatan alat produksi, beberapa proses pelatihan dan pendampingan seperti pelatihan K3, pelatihan pengemasan, pelatihan media pemasaran online, pelatihan manajemen keuangan serta melakukan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan terdapat perbedaan waktu produksi sebelum dan setelah adanya peningkatan alat produksi yang diberikan oleh tim pengabdian. Waktu produksi berkurang 50% sehingga dengan waktu yang sama seperti sebelumnya mitra dapat menghasilkan lebih banyak produk yang artinya jumlah produksi juga turut meningkat 50%. Dalam proses produksinya, mitra beserta karyawan lainnya sudah menggunakan APD lengkap. Evaluasi juga dilakukan terhadap pengemasan produk

dimana dengan kemasan dan label usaha yang diberikan kepada mitra, saat ini mitra sudah menggunakannya dan 100% produk mitra sudah berisi label usaha. Untuk evaluasi digital marketing, mitra sendiri sudah mulai mengunggah foto dan video usahanya dimasing-masing sosial media yang dimiliki, namun akan dilakukan evaluasi lanjutan terhadap respon konsumen serta manajemen keuangan akan dilakukan evaluasi lanjutan.

## **Ucapan Terimakasih**

..

## **Referensi**

- Pamularsih, T. R., et al. (2022). Pemberdayaan Usaha Keripik Belut Dewi Melalui Pengelolaan Produksi dan Variasi Produk. *Madaniya*, 3(4), 676–684. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/262>
- Rahajeng, A. (2018). Strategi Pemasaran Produk Souvenir Pendukung Desa Wisata Tinalah Dan Program Bela Beli Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat*, 1(1), 37–50. <https://doi.org/10.22146/jp2m.41025>
- Sitohang, I. N., Pakpahan, R., & Silitonga, S. (2019). Pemodelan Kawasan Pasar Souvenir di Desa Tomok (Objek Kasus: Desa Wisata Tomok, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara). *ALUR: Jurnal Arsitektur*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.54367/alur.v2i1.370>
- Suharyadi, S., et al. (2021). Pelatihan Sablon Untuk Menciptakan Souvenir Kaos Desa Wisata Kreatif Perdamaian Srumbung Gunung. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 77–87. <https://doi.org/10.24246/jms.v2i12021p77-87>
- Sumardiana, I. P. G. P., & Trisdyani, N. L. P. (2020). Souvenir Bagi Wisatawan Bali. *Widyanatya*, 2, 32–38.