



Sustainability Kelompok Bisnis Kerajinan Kapuk Di Desa Dalaka Melalui Strategi Patronage

***Jamaluddin, Nina Yusnita Yamin, Jurana, Supriadi Laupe, Abdul Pattawe, Nurhayati Haris**

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako. Jl. Soekarno Hatta No. 9, Pali, Indonesia. Kode pos: 94148

*Corresponding Author e-mail: jurananurdin@gmail.com

Diterima: Oktober 2022; Revisi: November 2022; Diterbitkan: November 2022

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan untuk membangkitkan dan mengembangkan bisnis kerajinan kapuk melalui strategi patronage sebagai upaya memperkuat kemampuan pemasaran para mitra. Startegi ini sangat dibutuhkan para mitra sebagai upaya pemulihan demi keberlanjutan bisnis yang harus dilakukan para mitra di masa pandemi Covid-19. Program ini dilakukan oleh 6 (enam) orang dosen dengan kolaborasi kepakaran pada 4 bidang. Bidang tersebut di antaranya bidang akuntansi manajemen, akuntansi keuangan, manajemen pemasaran dan sistem informasi serta 1 mahasiswa di bidang manajemen pemasaran dan akuntansi. Kegiatan ini diikuti oleh 25 peserta pengrajin kapuk. Transfer iptek ke mitra dilakukan melalui penyuluhan dalam tiga bentuk, yaitu penyajian materi, demo, dan pendampingan. Kegiatan penyuluhan ini disambut antusias oleh para pengrajin kapuk dan berharap dapat dilakukan secara intens di desa mereka karena telah merikan insight. Penyuluhan ini memberikan insight baik bagi pengabdi maupun peserta. Hal ini dikarenakan pengabdi dapat melihat langsung berbagai permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin, terlebih di masa pandemi Covid-19 ini. Hasil pengabdian ini menunjukkan antusiasnya peserta dalam mengikuti kegiatan ini dan terjadinya peningkatan motivasi mengembangkan bisnisnya melalui strategi *patronage*. Selain itu, mereka berkehendak agar dilakukan bimbingan secara teknis dalam membangkitkan dan mengembangkan bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* sebagai upaya memperkuat kemampuan pemasaran para mitra.

Kata Kunci: Keberlanjutan bisnis, Strategi *Patronage*, *Marketplace* pemasaran

Kapuk Craft Business Group Sustainability In Dalaka Village Through The Patronage Strategy

Abstract: This service aims to generate and develop the kapok handicraft business through a patronage strategy as an effort to strengthen the marketing capabilities of partners. This strategy is urgently needed by partners as a recovery effort for business sustainability that must be carried out by partners during the Covid-19 pandemic. The implementation of this service program will be carried out for 1 month. This program will be carried out by 6 (six) lecturers with collaboration of expertise in 4 fields. These fields include management accounting, financial accounting, marketing management and information systems and 1 student in marketing management and accounting. The transfer of science and technology to partners is carried out through counseling in three forms, namely material presentation, demonstration, and mentoring. This outreach activity was enthusiastically welcomed by the kapok craftsmen and hoped that it could be carried out intensely in their village because it had provided insight. This counseling provides insight for both devotees and participants. This is because servants can see firsthand the various problems faced by craftsmen, especially during this Covid-19 pandemic. The results of this service indicate the need for technical guidance in generating and developing the kapok handicraft business through a patronage strategy as an effort to strengthen the marketing capabilities of partners.

Keywords: Business Sustainability, Patronage Strategy, Marketplace Marketing.

How to Cite: Jamaluddin, J., Yamin, N. Y., Nurdin, J., Laupe, S., Pattawe, A., & Haris , N. (2022). Sustainability Kelompok Bisnis Kerajinan Kapuk Di Desa Dalaka Melalui Strategi Patronage. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 4(4), 739-747. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i4.946>



PENDAHULUAN

Industri memiliki peran yang dapat mencirikan suatu wilayah, demikian pula dengan wilayah Palu Sulawesi Tengah. Di wilayah Palu beberapa produk industri turut berperan penting dalam menggerakan perekonomian daerah. Salah satunya industri kapuk yang terletak di Desa Dalaka Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala. Industri kapuk adalah salah satu industri tradisional yang terdapat di wilayah Sulawesi Tengah. Industri kapuk yang telah menjadi warisan turun-temurun ini menjadi penopang perekonomian masyarakat setempat untuk menghasilkan pundi-pundi pendapatan (Totanan et al., 2022). Kegiatan utama Industri kapuk yaitu mengolah bahan baku berupa kapuk menjadi dua macam produk utama, yaitu antara lain kasur dari berbagai macam bentuk, ukuran dan tebal serta bantal mulai dari dewasa hingga anak. Selanjutnya mendistribusikan produk tersebut hingga keluar wilayah Provinsi Sulawesi Tengah yaitu lebih tepatnya di wilayah Balikpapan dan Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. Pendistribusian produk keluar provinsi dilakukan industri ini melalui pelabuhan penyeberangan kapal ferry Taipa. Kegiatan kerajinan kapuk sempat terhenti karena penurunan jumlah omset penjualan. Penurunan omset penjualan dikarenakan bahan baku yang terbatas pengiriman produk yang tersendak disebabkan pandemi yang terjadi di seluruh dunia. Akibatnya beberapa anggota kelompok sempat menganggur dan mencari upaya lain demi keberlangsungan hidup mereka. Persaingan usaha semakin ketat permintaan konsumen semakin beragam dan tidak dapat dipungkiri, bahwa gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai produk impor dari pada produk lokal.

Dalam membuat industri tradisional harus mengikuti arus perkembangan zaman, untuk tetap eksis dan dapat bersaing dengan produk impor. Hal ini dilakukan agar produk lokal yang dihasilkan tetap digemari oleh konsumen. Selain itu, mengingat persaingan dengan industri besar yang dari segi modal, teknologi dan tenaga kerja agar lebih unggul, memaksa industri kecil harus berinovasi dan memutar otak demi keberlangsungan usahanya (Rimawati & Ervanto, 2021; Rosyad & Wiguna, 2014; Totanan, 2018b, 2018a). Hal ini dilakukan agar usahanya tetap berjalan dalam tempo waktu yang berkepanjangan. Masalah-masalah yang diuraikan ini berkaitan dengan 17 Tujuan dan 169 target *Sustainable Development Goals* (SDGs). Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan adanya startegi, inovasi sebagai solusi menghidupkan kembali untuk keberlanjutan (*sustainability*) bisnis kelompok kerajinan kapuk yang tersendak akibat pandemi kini. Dalam konteks ini tim pengabdi mengusulkan strategi *patronage* (Totanan, 2018b; Wibisono, 2017) untuk kemudahan pemasaran mereka ke pihak eksternal yang berada di luar propinsi Sulawesi Tengah. Hal ini dilakukan agar bisnis kerajinan kapuk tetap bertahan dan dikenal masyarakat luar. Harapannya melalui strategi ini *sustainability* (keberlanjutan) bisnis ini dapat terus bertahan sehingga dapat mengatasi permasalahan mitra dalam memperkenalkan dan memasarkan bisnis kerajinannya. Permasalahan yang

dihadapi para mitra yang telah dijelaskan di atas memerlukan solusi untuk penanganannya. Setelah berkomunikasi dengan mitra, pengusul dan mitra sepakat memprioritaskan lingkup permasalahan pada aspek pembinaan kelompok UKM dan aspek teknologi pemasaran. Berikut penjelasan solusi pada kedua aspek tersebut:

Aspek Pembinaan Kelompok. Kelompok pengrajin kapuk masih mengalami keterbatasan inovasi terkait produk yang dipasarkan, kurang menariknya kemasan, kualitas yang masih kurang dan tidak adanya informasi kandungan kesehatan yang bisa dijadikan brand menjadi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Selain itu, kelompok tersebut tidak melakukan pendekatan patronage terhadap pihak Pemda ataupun dinas terkait (dinas pariwisata dan dinas perindustrian dan pedagangan) agar bisa di beri bantuan untuk menjalin net working dengan pihak yang berada di luar propinsi, sehingga hanya mengharapkan para wisatawan sebagai sasaran bisnisnya.

Aspek Teknologi Pemasaran. Para mitra melakukan pemasaran secara konvensional, yakni dengan membuka toko, sehingga hanya dapat menunggu pembeli datang ke tempat usaha mereka. Hal ini dikarenakan ketidak handalan mereka dalam memasarkan produknya secara online. Selain itu tidak adanya fitur yang bisa mereka spesifikan dalam memasarkan produk tersebut.

Solusi dan target luaran yang ditawarkan atas berbagai permasalahan mitra merupakan upaya yang dilakukan dalam pencapaian SDGs, yaitu dapat diuraikan berikut ini:

Aspek Pembinaan Kelompok. Solusi dalam aspek pembinaan kelompok dilakukan melalui pembinaan inovasi bisnis kelompok pengrajin dengan mengubah bentuk produk menjadi lebih menarik, meningkatkan kualitas dan penyampaian promosi dalam bentuk informasi kesehatan bagi yang menggunakannya. Selain itu strategi patronage (strategi merangkul) dengan pihak dinas pariwisata dan dinas perindustrian dan pedagangan sebagai pihak yang banyak mengetahui hubungan dan komunitas yang ada di luar propinsi untuk dibina dalam hal memperkenalkan produknya ke pihak luar.

Aspek Teknologi Pemasaran. Untuk solusi dalam aspek ini, pengusul akan membuatkan suatu sistem informasi pemasaran dalam bentuk marketplace yang didalamnya sudah terkoneksi dengan PEMDA (dinas pariwisata dan dinas perindustrian serta pedagangan) yang dapat membantu pemasaran mereka di luar propinsi Sulawesi Tengah. Strategi *patronage* ini akan membantu meluaskan pemasaran para mitra. Cara ini akan memudahkan mitra karena sebagian besar para mitra umumnya telah memiliki handphone android, sehingga melalui satu aplikasi marketplace yang mereka download dapat digunakan sebagai penghubung antara mitra, pihak perangkul dengan pelanggannya, meski memungkinkan adanya dinamika yang terjadi (Butar, 2011; Retnawati et al., 2021). Tujuan pengabdian ini dilakukan ialah sebagai upaya untuk membangkitkan dan mengembangkan bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* sebagai upaya memperkuat kemampuan pemasaran para mitra.

METODE

Program ini akan dilaksanakan melalui metode penyuluhan dan pendampingan. Rincian tahapan tersebut, adalah sebagai berikut:

Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan aktivitas-aktivitas berikut: Koordinasi tim, dan perbaikan proposal, serta konfirmasi ulang ke mitra untukesiapan pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya, dilakukan observasi terhadap tingkat kemampuan awal memahami dan mempraktekkan sistem informasi teknologi berbasis marketplace. Kemudian, penyusunan modul tiap materi berdasarkan kebutuhan mitra.

Pembinaan

Pembinaan kelompok mitra melalui inovasi serta penggunaan strategi *patronage* dengan pihak pemda setempat. Pendampingan lain meliputi kegiatan sebagai berikut: 1) Pendampingan untuk mengaplikasikan pengelolaan usaha berbasis manajemen; 2) Pendampingan pengaplikasian metode penghitungan efisiensi dan efektivitas operasional usaha; 3) Pendampingan penggunaan aplikasi *marketplace* yang diketahui; dan 4) Rangkaian terakhir kegiatan dalam program ini, adalah pelaporan hasil program dan publikasi hasil program. Publikasi akan dilakukan melalui penulisan karya ilmiah berupa artikel di media ilmiah.

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini dilakukan secara aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan hingga selesai. Kesiapan mitra dan komitmen untuk berpartisipasi secara aktif dinyatakan secara tertulis yang disertai dengan materai dan telah ditanda tangani oleh mitra (sesuai terdapat dalam Lampiran 4 pernyataan kerja sama). Ukuran ketercapaian tujuan kegiatan dilihat dari refleksi keingintahuannya pada materi yang dipaparkan. Hasil refleksi tersebut menunjukkan keantusiasan para peserta kegiatan memperhatikan dan memahami materi yang disajikan.

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada tanggal 6 Agustus 2022 di balai desa Dalaka Kabupaten Donggala. Kegiatan pengabdian penyuluhan terkait *sustainability* kelompok bisnis kerajinan kapuk di desa Dalaka Kabupaten Donggala dilakukan dengan cara tatap muka langsung. Peserta yang ikut adalah para pengrajin Kapuk yang berada di desa Dalaka. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 30 orang.



Gambar 1. Peserta Kegiatan Penyuluhan

Penyuluhan diawali dengan pengantar dari Bapak Kepala Desa, yang diikuti oleh ketua tim pengabdi. Selanjutnya, sesi pertama dibuka dengan materi *sustainability* kelompok bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* bagi pengrajin kapuk di desa Dalaka, oleh tim pengabdi. Usai paparan ini, peserta menunjukkan refleksi pemahaman atas materi yang diberikan dan berniat untuk mengaplikasikannya segera mungkin. Pada sesi kedua tim pengabdi memberikan kesempatan kepada para peserta untuk bertanya terkait materi yang disampaikan. Sesi ketiga diisi dengan jawaban pertanyaan peserta kepada tim pengabdi. Dalam sesi ini peserta menunjukkan antusias bertanya kepada tim pengabdi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sangat disenangi oleh para pengrajin kapuk di desa Dalaka kabupaten Donggala. Dari adanya penyuluhan ini, peserta memahami strategi *sustainability* melalui strategi *patronage* dalam pengembangan usahanya ke depan. Mereka berharap agar kegiatan ini intens dilakukan di lokasi usaha mereka.

Pada tahapan evaluasi program, peserta penyuluhan menunjukkan antusias yang tinggi sebagai respon kegiatan ini. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi atas pelaksanaan kegiatan ini. Berikut data peningkatan pemahaman peserta penyuluhan sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan.

Tabel 1. Pemahaman materi penyuluhan

Sebelum Penyuluhan				Sesudah Penyuluhan				Peningkatan Keterampilan (%)
Uraian kegiatan	Jumlah Peserta	Jumlah orang yg paham	Persentase (%)	Jumlah Peserta	Jumlah orang yg paham	Persentase (%)		
Pemahaman strategy <i>Patronage</i>	30	1	3,33	30	25	83,33	80	

Dari tabel di atas, dapat diketahui informasi bahwa pemahaman terkait kegiatan ini mendapatkan pemahaman yang meningkat secara signifikan. Hal ini berarti 80 % dari peserta yang hadir telah memahami strategi *patronage* sebagai Langkah *sustainability* usaha kerajinan yang dilakukan.



Gambar 2. Penyuluhan dan Peserta Kegiatan Penyuluhan

Menurut beberapa pakar perekonomian, terdapat 5 Strategi Pemulihan dan Keberlanjutan (*sustainability*) Bisnis yang harus dilakukan, di antaranya:

1. Membentuk Tim Manajemen Krisis

Membentuk tim khusus (*adhock*) dengan membentuk minimal dua tim manajemen krisis yaitu Tim Protokol Krisis dan Tim Inovasi serta Akselerasi Bisnis. Masa Pandemi Covid-19 ini beberapa pengusaha hanya berpikir bertahan, padahal banyak yang tidak sadar bahwa Inovasi dan Akselerasi Bisnis di Era Krisis dan New Normal sangat penting untuk dilakukan, yakni dengan membentuk tim manajemen krisis (Alfiyaty et al., 2019; Nirmalasari, 2020; Sekarbuana et al., 2017). Inovasi & Akselerasi Bisnis perlu di internalisasikan dalam pembuatan kerajinan ini, misalnya dengan membuat model kekinian yang lebih menarik dan meningkatkan kualitas serta menginformasikan dampak kesehatan dengan menggunakan Kasur kapuk.

2. Kolaborasi Tim Internal (Pendekatan *Top Down* dan *Bottom-Up*)

Respons yang cepat dan terkoordinasi membutuhkan keputusan yang diambil dari pucuk pimpinan (*top-down*). Namun beradaptasi dengan perubahan yang tidak terduga, dengan dinamika berbeda di level divisi atau group, juga membutuhkan pengambilan inisiatif yang terdesentralisasi (*Bottom-Up*). Hal ini juga baiknya dilakukan oleh mitra dengan menggunakan strategi *patnonage* (merangkul) dengan pihak PEMDA setempat untuk membantu memperkenalkan produk mereka yang dapat di peroleh melalui transaksi *marketplace*.

3. Digitalisasi Proses

Digitalisasi proses merupakan keniscayaan yang harus dilakukan perusahaan (Retnawati et al., 2021; Sholehudin et al., 2017) jika masih ingin bertahan dan tetap eksis. Melalui digitalisasi proses kita sudah tidak perlu bertemu tatap muka langsung jika dibutuhkan, cukup membuka zoom atau google meet atau microsoft teams jika ingin bertemu dan berkomunikasi dengan anggota kelompok.

4. Penyesuaian Target Market

Pandemi Covid-19 ini tidak semua bisnis mengalami kontraksi atau terdampak yang sangat dalam, masih ada beberapa industri yang tergolong menikmati kue krisis ini seperti bisnis telco, bisnis kesehatan, bisnis logistic, dll, termasuk ada juga industri yang tergolong antara (*in between*) yaitu bisnis perbankan dan keuangan lainnya. Oleh karenanya, penting untuk dilakukan penyesuaian target market dan *refocusing* target serta rencana bisnis perusahaan. Misalnya kelompok memfokuskan pemasaran produknya ke industry yang menikmati kue krisis ini.

5. Restrukturisasi Organisasi dan Efisiensi Biaya

Ini adalah hal terakhir yang dilakukan, adalah melakukan restrukturisasi organisasi yang dirasa gemuk dan sulit untuk *agile* menjadi lebih *lean* dan mudah dimonitor dan dikontrol untuk bisa segera *action* jika ada perubahan (*agile*). Berdasarkan hal itu, dampaknya adalah terjadi efisiensi biaya dimana terdapat biaya di zaman normal menjadi zero di zaman new normal karena adanya perubahan-perubahan yang dilakukan perusahaan.

Pemberian penyuluhan mengenai *sustainability* kelompok bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* bagi pengrajin kapuk ini dilaksanakan pada 6 Agustus 2022 berjalan dengan khidmat dan lancar.

Penyuluhan ini memberikan *insight* baik bagi pengabdi maupun peserta. Hal ini dikarenakan pengabdi dapat melihat langsung berbagai permasalahan yang dihadapi oleh para perajin sehingga dapat memikirkan solusi yang diberikan terkait permasalahan yang dihadapi, terlebih di masa pandemi Covid-19 ini. Hasil pengabdian ini menunjukkan perlunya dilakukan bimbingan secara teknis dan intens dalam membangkitkan dan mengembangkan bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* sebagai upaya memperkuat kemampuan pemasaran para mitra.

Berikut bukti foto-foto kegiatan yang dilakukan pada lokasi kegiatan pengabdian:



Gambar 3. Penyuluhan dan Peserta Kegiatan Penyuluhan dari belakang peserta



Gambar 4. Peserta Kegiatan Penyuluhan tampak dari depan peserta

KESIMPULAN

Dari hasil deskripsi proses dan kegiatan pengabdian, dapat disimpulkan sebagai berikut: Penyuluhan terkait *sustainability* kelompok bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* bagi pengrajin kapuk di desa Dalaka Kabupaten Donggala dilakukan dengan secara tatap muka, meski dalam masa pandemic COVID19. Kegiatan penyuluhan berjalan dengan baik dan

lancar. Semua peserta antusias mengikuti acara hingga selesaian merasakan manfaat penyuluhan *sustainability* kelompok bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* yang dilakukan di desa Dalaka Kabupaten Donggala tempat mereka mencari nafkah. Pemahaman terkait kegiatan ini mendapatkan pemahaman yang meningkat secara signifikan. Hal ini berarti 80 % dari peserta yang hadir telah memahami strategi *patronage* sebagai Langkah *sustainability* usaha kerajinan yang dilakukan. Perlu dilakukan bimbingan secara teknis dan intens dalam membangkitkan dan mengembangkan bisnis kerajinan kapuk melalui strategi *patronage* sebagai upaya memperkuat kemampuan pemasaran para mitra.

REKOMENDASI

Penyuluhan serupa dapat dilaksanakan kembali dengan peserta (*audience*) yang lebih banyak/luas, dan dengan topik lainnya. Selain itu, Perlu digiatkan dan dilegitimasikan kemitraan antara Perguruan Tinggi, dalam hal ini Universitas Tadulako (Fakultas Ekonomi dan Bisnis) dengan dinas perindustrian dan perdagangan dalam bentuk MoU, MoA dan IA untuk mengikat ke dua institusi ini.

ACKNOWLEDGMENT

Terima kasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Tadulako yang telah memberikan bantuan dana sehingga pengabdian ini dapat terselenggara. Terima kasih pula kami tujuhan kepada Pihak Dalaka yang telah memberikan ijin untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini kepada mitra binaannya

REFERENCES

- Alfiyat, R., Suriady, I., & Maulana, A. C. (2019). Manajemen Krisis dalam Penanganan Pemberitaan Negatif Oknum Anggota oleh Humas Polda Sulawesi Tengah. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi*, 1(2), 81–91.
- Butar, S. B. (2011). Memahami Akuntansi dari Perspektif Historis. *Dinamika Sosial Ekonomi*, 7(2).
- Nirmalasari, A. (2020). Manajemen Krisis Dalam Public Relations : Analisis Meta-Sintesis Aktivisme Online Crisis Management In Public Relations : Meta-Synthesis Analysis Of Online Activism. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2), 98–112.
- Retnawati, B. B., Leong, H., & Irmawati, B. (2021). *Dinamika Upaya Digitalisasi Pemasaran dan Inovasi Produk Ikonik UMKM Kerajinan Bahan Alam di Jawa Tengah*.
- Rimawati, Y., & Ervanto, A. D. (2021). *Potret Strategi Going Concern UMKM Pandai Besi Celurit Bermotif Madura*. 4(2), 117–126. <https://jurnal.umy.ac.id/index.php/jati/article/view/10602/pdf>
- Rosyad, A. A., & Wiguna, A. B. (2014). *Analisis Keberlangsungan Usaha Mikro Malang Raya (Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam)*. 564.
- Sekarbuana, M. W., Setyawati, I. G. A. A., & Pascarani, N. N. D. (2017). *Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT . Angkasa Pura I Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali dalam Menghadapi Dampak Erupsi Gunung Agung 2017*. 1–12.

- Sholehudin, Huda, A. F., Restiani, D., & Saputra, D. I. S. (2017). Proses Digitalisasi Citra Analog Menggunakan Aplikasi Pengolah Citra Digital. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 13–18.
- Totanan, C. (2018a). Going Concern Dalam Metafora Ondel-Ondel. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(1), 87–105.
- Totanan, C. (2018b). Pengaruh Patronage Buying Motives Terhadap Prinsip Going Concern Pada UMKM. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 14(1), 44–51. <https://doi.org/10.24127/akuisisi.v14i1.249>
- Totanan, C., Bakry, M. I., Made, N., Parwati, S., Tadulako, U., & Sampingan, P. (2022). *GOING CONCERN PADA INDUSTRI KAPUK DI KABUPATEN DONGGALA SULAWESI TENGAH Going Concern on Cotton Industry in Donggala Regency, Central Sulawesi*. 4(2), 129–143.
- Wibisono, I. P. (2017). Karakteristik , Patronage Buying Motives dan Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Desa Ekowisata Rajegwesi , Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(1), 49–70. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13797>