

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK MENDORONG PEMASARAN PRODUK UMKM DI BUMDes WUARLABOBAR

Sukriyadi¹, Ferly Agustina Sairmaly², Polikarpus Lalamafu³, Krispina Fenanlampir⁴,
Andreas Jidon Watkaat⁵

^{1,4,5} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Lelemuku Saumlaki, Indonesia

² Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
Universitas Lelemuku Saumlaki, Indonesia

³ Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
Universitas Lelemuku Saumlaki, Indonesia

e-mail: sukriyadi.unlesa@gmail.com

Abstrak

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Wuarlabobar berfungsi sebagai entitas ekonomi dan penyokong keuangan bagi wilayah desa, dengan tujuan utama untuk mengurangi tingkat kemiskinan melalui pendekatan kewirausahaan yang berbasis pada unit-unit usaha, seperti pembuatan ikan kering dan pengelolaan minyak kelapa. Penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan (1) untuk meningkatkan semangat dan ketrampilan dalam berwirausaha, dan (2) untuk memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital. Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah pendekatan partisipatif, yang berfokus pada keterlibatan aktif masyarakat dalam berbagai tahapan dan implementasi kegiatan. Pendekatan ini meliputi pendampingan dan pelatihan terkait kewirausahaan dan strategi pemasaran digital, serta dukungan dalam promosi produk-produk BUMDes ke pasar lokal, khususnya ikan kering dalam berbagai kemasan. Namun, pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat menghadapi beberapa hambatan, terutama terkait dengan keterbatasan modal untuk mesin produksi dan kurangnya penetrasi pasar melalui media digital. Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian memberikan bantuan modal berupa mesin pengering ikan asin untuk meningkatkan produksi ikan asin. Selanjutnya, tim pengabdian memberikan pendampingan dalam literasi digital melalui pelatihan pemasaran digital menggunakan media sosial dan perancangan produk ikan asin, dengan tujuan memperkuat semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat. Diharapkan, setelah pelatihan ini, peserta akan memiliki keterampilan yang cukup untuk menerapkan semangat berwirausaha dalam praktek nyata. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat di BUMDes Wuarlabobar menunjukkan bahwa desa telah berhasil meningkatkan pendapatan dengan berkolaborasi dalam program pemberdayaan masyarakat ini. Penerapan strategi pemasaran digital menjadi salah satu faktor kunci dalam kesuksesan program ini, yang juga menunjukkan pentingnya sinergi antara pemberdayaan masyarakat dan penggunaan teknologi dalam pengembangan ekonomi lokal.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Kewirausahaan, Pemasaran Digital, BUMDes

Abstract

The Wuarlabobar Village-Owned Enterprises (BUMDes) serves as an economic entity and financial support for the village area, with the primary goal of reducing poverty levels through entrepreneurship-based approaches within business units, such as dried fish production and coconut oil management. The implementation of these community service activities aims (1) to enhance entrepreneurial spirit and skills, and (2) to provide understanding of digital marketing strategies. The method employed in community service activities is a participatory approach, focusing on active community involvement in various stages and implementation of activities. This approach includes mentoring and training related to entrepreneurship and digital marketing strategies, as well as support in promoting BUMDes products to the local market, especially dried fish in various packaging. However, the implementation of community empowerment programs faces several obstacles, particularly related to limited capital for production machinery and lack of market penetration through digital media. To address this, the service team provides capital assistance in the form of salted fish drying machines to increase salted fish production. Furthermore, the service team provides digital literacy mentoring through digital marketing training using social media and salted fish product design, with the aim of strengthening entrepreneurial spirit among the community. It is hoped that

after this training, participants will have sufficient skills to apply entrepreneurial spirit in real-life practice. The results of the community service activities in BUMDes Wuarlabobar indicate that the village has successfully increased income through collaboration in this community empowerment program. The implementation of digital marketing strategies has been one of the key factors in the success of this program, which also highlights the importance of synergy between community empowerment and the use of technology in local economic development.

Keywords: Community Empowerment, Entrepreneurship, Digital Marketing, BUMDes

PENDAHULUAN

Amanah dalam UU Desa Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa menegaskan bahwa desa memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes). Salah satu langkah yang diambil adalah dengan mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) untuk memperkuat program pemberdayaan masyarakat. BUMDes diintegrasikan dalam struktur pemerintahan desa dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat. Peraturan Menteri Nomor 4 Tahun 2015 mengenai BUMDes memberikan landasan hukum lebih lanjut untuk pengelolaan BUMDes. Di Desa Labobar, Kecamatan Wuarlabobar, Kepulauan Tanimbar, BUMDes telah aktif beroperasi sejak Peraturan Desa (Perdes) Nomor 4 Tahun 2017 diterbitkan. BUMDes ini menjadi fokus penelitian oleh tim pengabdian UNLESA karena potensinya sebagai penggerak ekonomi lokal. Meskipun demikian, terdapat tantangan dalam perencanaan dan pengelolaan BUMDes ini karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia yang terlibat. Alasan pemilihan BUMDes Labobar sebagai objek penelitian adalah karena BUMDes ini merupakan entitas ekonomi yang sedang berkembang di tingkat desa. Keberhasilannya juga didorong oleh semangat kewirausahaan dari pengelolanya. Selain itu, keberadaan produk olahan minyak kelapa dari hasil kebun mereka menunjukkan potensi dalam mendorong kegiatan enterpreneurship, khususnya di kalangan wanita.

Pemberdayaan masyarakat merupakan serangkaian langkah untuk memperkuat kelembagaan masyarakat, terutama di tingkat desa, dengan tujuan meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini diharapkan dapat mewujudkan keadilan sosial yang merata dan berkelanjutan (Sumaryadi, 2005). Menurut Rahmawati, dkk (2017), tujuan dari pemberdayaan adalah untuk mencapai perubahan sosial yang berarti, dengan memberdayakan masyarakat yang kurang memiliki kekuatan dan pengetahuan serta kesempatan untuk memenuhi kebutuhan infrastruktur, sosial, dan ekonomi.

Di tingkat desa, pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sepenuhnya diserahkan kepada masyarakat desa dengan prinsip dari desa, untuk desa, dan oleh desa. BUMDes berfungsi sebagai wadah untuk mengelola kegiatan ekonomi masyarakat secara profesional, didasarkan pada potensi alami yang dimiliki oleh desa. BUMDes diharapkan menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat dengan mengembangkan kegiatan ekonomi yang produktif dan efektif, sesuai dengan karakteristik desa, untuk meningkatkan pendapatan desa secara keseluruhan.

Menurut Hasnawati (2018), ekonomi kerakyatan memerlukan dukungan dari ekonomi rakyat yang memberikan kesempatan kepada semua lapisan masyarakat untuk berpartisipasi, sehingga hasilnya dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat. Hal ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang berkelanjutan.

BUMDes di Desa Labobar merupakan salah satu contoh keberhasilan implementasi konsep pemberdayaan ekonomi di tingkat desa. Desa Labobar, yang merupakan bagian dari kecamatan Wuarlabobar, Kepulauan Tanimbar, telah membentuk BUMDes sejak tahun 2008. BUMDes ini awalnya terbentuk atas inisiatif bersama antara kepala desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), dan masyarakat desa, serta telah diatur melalui Peraturan Desa (Perdes). BUMDes Labobar telah berhasil mengelola beberapa unit usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti pengolahan ikan kering, minyak kelapa asli, dan budidaya rumput laut.

Meskipun BUMDes Labobar telah memberikan kontribusi dalam menguatkan ekonomi desa, namun masih terdapat beberapa kendala yang perlu diatasi, terutama terkait kurangnya keterampilan sumber daya manusia di desa tersebut (Ramadana, Heru, & Suwondo, 2013).

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pengabdian masyarakat telah melaksanakan pelatihan transformasi digital dan pemasaran produk. Perkembangan teknologi telah mengubah pola konsumsi masyarakat, sehingga pemasaran digital menjadi penting untuk dimanfaatkan (Susanti, Gunawan, & Sukaesih, 2019). Dalam konteks BUMDes, pemasaran digital memungkinkan para penjual untuk

berkomunikasi secara online dengan calon pembeli, yang dapat meningkatkan aksesibilitas produk atau jasa yang ditawarkan oleh BUMDes. Media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, menjadi sarana yang efektif dalam mempromosikan produk-produk BUMDes kepada calon konsumen (Ariyanto, 2020).

Dari hasil survei dan tinjauan lokasi ke BUMDes Labobar, dua permasalahan utama telah diidentifikasi sebagai dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Pertama, adalah bagaimana meningkatkan kewirausahaan di antara pengelola BUMDes dan masyarakat di Labobar. Kedua, adalah bagaimana meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran digital terutama terkait produksi ikan kering (asin) dan minyak kelapa asli dari BUMDes. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Labobar adalah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan pemasaran digital terutama terkait unit produksi ikan kering (asin) dan minyak kelapa asli dari BUMDes.

METODE

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode partisipatif, yang menekankan pada peningkatan peran serta aktif masyarakat dalam berbagai proses. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah Participatory Rapid Appraisal (PRA) atau penilaian desa secara partisipatif. Metode ini cocok diterapkan karena memungkinkan masyarakat untuk secara aktif mengevaluasi dan menganalisis kondisi hidup mereka, serta membantu dalam menyusun rencana dan kegiatan yang sesuai dengan konteks pengetahuan lokal (Chambers dalam Sururi, 2020). Untuk mengumpulkan data, teknik yang digunakan meliputi wawancara, dokumentasi, dan observasi. Dalam rangka memfasilitasi pengabdian masyarakat, beberapa strategi penyuluhan dan pendampingan diterapkan, yaitu:

1. Memberikan penyuluhan kepada pengelola BUMDes dan masyarakat, terutama ibu-ibu rumah tangga, mengenai kewirausahaan dan pemasaran digital.
2. Melakukan pendampingan dalam upaya pemasaran dan promosi produk-produk hasil Ikan Kering dan Minyak Kelapa Asli.
3. Menyusun prosedur kerja yang mencakup kegiatan dan indikator pengukuran keberhasilan, yang dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Prosedur Kerja

Tahap	Kegiatan	Indikator
1	Penyuluhan, pelatihan, diskusi tentang kewirausahaan, dan manajemen pasar.	Peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan dan media pemasaran melalui sesi diskusi tanya jawab.
2	Pendampingan dalam keterampilan pemasaran dan promosi produk ikan kering dan minyak goreng alami dari BUMDes.	Meningkatkan volume penjualan dan pendapatan.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap pertama, dilakukan perencanaan pengabdian dengan pihak mitra desa (BUMDes) yang meliputi persetujuan kerjasama dan penandatanganan perjanjian mitra. Persetujuan ini dicatat dalam surat perjanjian kerjasama untuk program pelatihan kewirausahaan dan transformasi serta pemasaran digital.
2. Tahap kedua, mitra desa menyediakan fasilitas dan waktu yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan. Ini termasuk penyediaan ruang pelatihan serta waktu untuk melakukan observasi dan wawancara dengan pelaku usaha lokal.

Selanjutnya, tim pengabdian akan melaksanakan pendampingan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan. Evaluasi dilakukan untuk memastikan kesesuaian bahan materi yang disiapkan dengan kebutuhan masyarakat. Contoh desain produk, seperti desain masker, juga disiapkan untuk mendukung kegiatan pemasaran yang akan dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian telah melakukan wawancara awal dan observasi di BUMDes Labobar (Wualbar) serta mendapatkan izin dari Kepala Desa. Hal ini didukung oleh permintaan warga yang ingin memperdalam pengetahuan tentang kewirausahaan dan strategi pemasaran. Pelatihan ini

bertujuan memberikan keterampilan dalam memasarkan produk serta cara menciptakan kemasan ikan kering, terutama ikan asin, yang berkualitas. Kondisi nelayan yang kesulitan menjual hasil tangkapan keluar dari pulau menyebabkan mereka harus mengolah ikan menjadi ikan kering atau ikan asin, demikian juga dengan pengolahan buah kelapa menjadi minyak goreng.

Kegiatan promosi produk dilakukan dengan menggunakan berbagai variabel promosi dan memberikan penyuluhan tentang cara memasarkan produk hingga sampai ke pelanggan. BUMDes Labobar (Wualbar) menjalankan usaha ikan kering/ikan asin dan minyak goreng, menerima pesanan baik partai kecil maupun besar. Selama ini, mereka telah memproduksi aneka produk ikan asin dan minyak goreng asli dari kelapa, yang kini menjadi komoditas di toko-toko di wilayah ibu kota kabupaten, yaitu Saumlaki.

Sistem produksi dijalankan berdasarkan pesanan (job order). Lingkup pemasaran produk ikan asin dan minyak goreng meliputi area Kecamatan Tanimbar Utara-Larat dan ibu kota kabupaten Saumlaki, serta melayani pesanan di luar area Saumlaki. Usaha ikan kering/asin dan minyak goreng ini mempekerjakan enam karyawan yang berasal dari masyarakat Desa Labobar.

Pelatihan digital marketing dan desain produk diselenggarakan di kantor Desa Labobar pada 21 Februari 2024, dengan 20 peserta. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan bagi pengurus dan karyawan BUMDes Labobar serta UMKM lainnya, terutama unit usaha pengeringan ikan kering dan minyak goreng dari buah kelapa. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan bekal kemampuan untuk menangkap peluang di tengah kemiskinan ekstrem yang melanda Kabupaten Kepulauan Tanimbar, dengan menciptakan desain produk kemasan ikan asin dan minyak goreng yang marketable serta memasarkan produk menggunakan media digital marketing di era transformasi digital 5.0.

Dalam pelatihan tersebut, peserta dipandu oleh narasumber dan tim pengabdian dari UNLESA. Kegiatan diawali dengan rapat bersama untuk memetakan poin-poin penting demi kemajuan dan perkembangan UMKM dan BUMDes di Desa Labobar.



Gambar 1. Rapat Awal Pengrajin Pembuatan Kemasan Ikan Asin dan Minyak Goreng
Sumber: Penulis (2024)



Gambar 2. Sosialisasi dan Rapat bersama Para Pelaku Usaha UMKM dan beberapa pengusaha Lokal dari Kecamatan Larat dan Ibu Kota Saumlaki

Teknologi yang hadir memberikan beragam manfaat dan kemudahan bagi setiap individu dalam banyak aspek, terutama dengan adanya internet (international networking). Internet memungkinkan

individu untuk berkomunikasi dengan mudah, baik secara lokal maupun internasional, secara real-time kapan pun dan di mana pun, termasuk melalui media sosial. Selain itu, internet memungkinkan kegiatan dan transaksi dilakukan secara online tanpa harus mendatangi toko, kantor, atau gerai, sehingga lebih mudah dan tidak mengganggu aktivitas sehari-hari (Nugrahaningsih, 2020).

Kegiatan pelatihan digital untuk pemasaran produk dipandu oleh narasumber berpengalaman dalam dunia kewirausahaan. Peserta diajak mengenal strategi pemasaran digital melalui berbagai media, termasuk website yang berisi profil BUMDes, produk hasil unit Usaha Ikan Kering/Asin, Minyak Goreng dari olahan kelapa, dan kegiatan UMKM lainnya di Desa Labobar, dengan menonjolkan keunggulan produk. Media sosial seperti Facebook, Instagram dengan akun profil bisnis, serta WhatsApp juga digunakan sebagai media pemasaran. Selanjutnya, tim akan memandu pengelola BUMDes atau UMKM lainnya untuk mengaplikasikan teori tersebut ke dalam unit bisnis mereka sehingga target sasaran tercapai dan jangkauan pemasaran menjadi lebih luas. Pengelola BUMDes dibantu oleh admin kemudian mencoba membuat akun Instagram sebagai profil bisnisnya, serta menggunakan endorse agar produk mereka cepat dikenal masyarakat. Untuk desain produk ikan asin dan minyak goreng sebagai hasil UMKM dan BUMDes, tim memberikan masukan berikut:

1. Label Produk: Setiap produk harus memiliki label UMKM yang jelas. Ikan asin dan minyak goreng harus dalam kemasan plastik berukuran cukup lebar untuk menutup. Desain kemasan dapat mencontoh desain lain tanpa plagiasi, dengan menonjolkan ciri khas Desa Labobar.
2. Tali Pengikat: Kemasan dan botol minyak goreng lokal harus memiliki tali pengikat yang kuat dan tidak mudah bergeser, sehingga tidak mudah sobek atau putus.
3. Kemasan Kedap Udara: Ikan kering harus dikemas dalam plastik yang menjaga keutuhan dan masa kadaluarsa produk.
4. Uji Laboratorium: Minyak goreng dari kelapa harus diuji di laboratorium sesuai standar, melalui beberapa percobaan.
5. Variasi Kemasan: Plastik untuk ikan asin dan botol untuk minyak goreng harus memenuhi kebutuhan pasar dengan berbagai ukuran (kecil, sedang, besar), serta ikan asin dalam kemasan harus bervariasi dari segi jumlah isi agar dapat dijangkau dengan harga yang pantas.

Untuk mendukung proses produksi, tim pengabdian memfasilitasi BUMDes dengan bantuan modal berupa alat pengering ikan (oven) sehingga proses produksi ikan kering dan jenis-jenis ikan asin lainnya bisa lebih cepat. Hal ini diharapkan dapat membantu BUMDes mencapai target produksi dan memenuhi target pasar.

Di akhir penyuluhan, tim memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan serta memberikan saran dan masukan sebagai evaluasi terhadap pemahaman dan antusiasme peserta terhadap kegiatan pengabdian ini. Tujuan kegiatan ini adalah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan perekonomian desa, yang disajikan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Tingkat capaian Pemahaman Peserta dalam Pelatihan Kewirausahaan dan transformasi digital marketing UMKM pada BUMDes Wualbar

Kegiatan	Materi	Indikator	Katercapaian
Tahap Penyuluhan	Melakukan sosialisasi dan diskusi tentang kewirausahaan serta strategi pemasaran menggunakan teknologi.	Meningkatkan pemahaman tentang kewirausahaan dan teknologi pemasaran digital produk.	Memahami materi penyuluhan tentang kewirausahaan dan strategi pemasaran produk menggunakan teknologi.
Pendampingan	Mempromosikan produk melalui pemasaran langsung, iklan, dan distribusi kepada pelanggan.	Mampu melaksanakan strategi pemasaran.	Mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Pada sesi akhir penyuluhan, para peserta diminta untuk memberikan komitmen, dan tim akan melakukan monitoring serta evaluasi terkait kegiatan pengabdian. Para peserta terdiri dari pengrajin ikan asin, produsen minyak kelapa, dan pengusaha lokal lainnya, yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga, serta beberapa pegawai tetap BUMDes Wualbar.

SIMPULAN

Hasil pelaksanaan pengabdian di BUMDes Wualbar, Kecamatan Wuarlabobar, Kabupaten Kepulauan Tanimbar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peserta telah mampu mengaplikasikan pemahaman mereka tentang kewirausahaan dan pemasaran berbasis digital.
2. Output dari pendampingan menunjukkan bahwa para peserta berhasil mempraktikkan prosedur dan tahapan pemasaran secara mandiri.
3. Ketercapaian hasil diukur menggunakan indikator pemahaman tentang kewirausahaan UMKM dan transformasi teknologi digital marketing. Hasil tanya jawab dan peningkatan pendapatan menunjukkan bahwa pendapatan desa maupun UMKM lainnya telah meningkat.

SARAN

Dari hasil monitoring di lapangan, kegiatan pengabdian di Desa Labobar sebaiknya dilaksanakan secara rutin dan berkala, mengingat respon positif dan tingkat antusiasme masyarakat terhadap pemenuhan kebutuhan mereka. Rencana kegiatan pengabdian selanjutnya adalah mengadakan pelatihan strategi membangun brand bagi produk BUMDes dan UMKM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah berkontribusi dan memberikan wawasan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. N., & Mulyadi. (2019). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Total Asset Turn Over, Aripin Rambe, Fithrie Soufitri, Fahmi Ruziq. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Media Promosi dan Pemasaran Di Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat Sumatera Utara. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 1(3), April 2022.
- Adhiyasasti, Menur. (2020). Lima Syarat Masker Kain yang Bisa Cegah Tularkan Virus. Available at <https://skata.info/article/detail/646/5-syarat-masker-kain-yang-bisa-cegah-tularkan-virus>
- Aripin Rambe, Dinur Syahputra, Eka Hayana Hsb, Debi Masri. (2023). Sosialisasi Pengembangan Multimedia Sebagai Perangkat Pembelajaran Untuk Meningkatkan Keterampilan Pada SMA Budi Luhur. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(1), Agustus 2023.
- Ariyanto. (2019). Digital Marketing BUMDes. Available at <https://blog.bumdes.id/2020/01/digital-marketing-bumdes/>
- Hasmawati, Fifi. (2018). Ekonomi Kerakyatan Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 5, 54. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/PEMAS/article/download/4986/2288>.
- Harahap, B. (2022). The Effect of Image Media on Learning Outcomes of Class V MIS Students in Siboruangin Village in Information Communication Technology (ICT) Subjects. *Jurnal Informatika*, 1(1), 12–19.
- Nugrahaningsih, Putri, dkk. (2020). *Ecopreneurship: Perspektif Pembangunan yang Berkelanjutan (Konsep dan Aplikasi di BUMDes Blulukan Gemilang, Desa Blulukan, Karanganyar, Jawa Tengah)*. Surakarta: UNS Press.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa.
- Rahmawati, Murni, S., Suhardjanto, D., Iswanto, Sawitri, D. (2017). *Green Entrepreneurship: Konsep dan Aplikasi di Desa Eduwisata Hijau Sukunan Yogyakarta*. Yogyakarta: Expert.
- Ramadana, Heru, Suwondo. (2013). Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Penguatan Ekonomi Desa (Studi di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6).
- Solosae. (2020). Eksistensi Perguruan Tinggi di Tengah Pandemi Covid-19. Available at <http://solosae.com/2020/09/30/eksistensi-perguruan-tinggi-ditengah-pandemi-covid-19/>
- Sumaryadi. (2005). *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: CV. Citra Utama.
- Sururi, Ahmad, dkk. (2020). Peningkatan Kapasitas Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Kelompok Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kawasan Pantai Utara Desa Domas Kabupaten Serang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3).

Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248–261.