

**STRATEGI *BRANDING* DAN PENYULUHAN URGENSI DUKUNGAN WARGA
DALAM AKTIVITAS BUMDES MELALUI MEDIA DARING
DI DESA CATURHARJO BANTUL D.I.YOGYAKARTA**

***BRANDING STRATEGY AND SOCIALIZATION OF THE URGENCY OF CITIZENS
SUPPORT IN BUMDES ACTIVITIES THROUGH ONLINE MEDIA
AT CATURHARJO VILLAGE BANTUL D.I.YOGYAKARTA***

Handrio Adhi Pradana*, Murwanto Sigit, Bagus Panuntun

Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta,
Indonesia

*Email: handrio.pradana@uii.ac.id

(Diterima 25-11-2022; Disetujui 06-02-2023)

ABSTRAK

Desa Caturharjo, Pandak, Bantul, D.I.Yogyakarta merupakan desa yang memiliki banyak potensi unggulan di bidang pemberdayaan ekonomi masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pariwisata berbasis kearifan lokal desa. Potensi desa yang menonjol diantaranya banyak warga desa yang bekerja di sektor pertanian. Hal ini mendorong kemandirian ekonomi warga. Lalu perangkat desa yang memiliki program 4.000 *jogangan* atau lubang dan 77 rumah kumpul sampah di tiap RT untuk meningkatkan kesadaran lingkungan yang bersih dan sebagai upaya melestarikan tradisi leluhur dalam mengelola sampah. Dan manfaat geografis yang dimiliki desa seperti area persawahan yang asri, puncak Kedung Laten, usaha tanaman obat, ragam kesenian, dan beberapa sumber mata air yang indah. Namun sejak pandemi Covid-19 melanda, banyak potensi tersebut mulai surut dan kehilangan semangat untuk pulih kembali disebabkan oleh turunnya permintaan pasar dan pembatasan interaksi massal secara tatap muka. Pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan media promosi digital melalui profil video desa Caturharjo dan penyuluhan terkait manajemen desa yang efektif melalui konten pembelajaran digital. Metode yang digunakan adalah observasi, diskusi interaktif, dan analisa kebutuhan, serta kegiatan berbasis luaran nyata. Hasil pengabdian berupa video profil desa Caturharjo dan konten pembelajaran digital yang dikemas dengan format podcast yang kemudian diunggah pada channel YouTube desa Caturharjo. Kegiatan ini diharapkan dapat menggairahkan kembali potensi perekonomian warga dan menguatkan peran BUMDes dalam memanfaatkan secara mandiri dan kontinu pemasaran atau promosi digital berbasis *platform* media sosial populer.

Kata kunci: Caturharjo Pandak Bantul DIY, Branding Desa, Peran BUMDes, Pemasaran Digital

ABSTRACT

Caturharjo Village, Pandak, Bantul, D.I.Yogyakarta is a village that has a lot of excellent potential in the field of community economic empowerment, environmental preservation, and village local wisdom-based tourism. The village potential that stands out includes many villagers who work in the agricultural sector. This encourages the economic independence of the residents. Then village officials have a program of 4,000 jogangan (or holes) and 77 garbage collection houses in each RT to increase awareness of a clean environment and as an effort to preserve ancestral traditions in managing waste. And the geographical benefits that the village has, such as beautiful rice fields, the peak of Kedung Laten, medicinal plant businesses, various arts, and several beautiful springs. However, since the Covid-19 pandemic hit, much of this potential has begun to recede and lose enthusiasm for recovering due to falling market demand and restrictions on mass face-to-face interactions. This service aims to introduce digital promotional media through video profiles of the village of Caturharjo and counseling related to effective village management through digital learning content. The methods used are observation, interactive discussion and needs analysis, as well as activities based on real outcomes. The results of the service are in the form of a video profile of the village of Caturharjo and digital learning content packaged in a podcast format which is then uploaded to the YouTube channel of the village of Caturharjo. This activity is expected to revive the economic potential of the residents and strengthen the role of BUMDes in utilizing independently and continuously digital marketing or promotion based on popular social media platforms.

Keywords: Caturharjo Pandak Bantul DIY, Village Branding, The Role of BUMDes, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Desa Caturharjo terletak di sebelah barat daya ibukota kabupaten Bantul, tepatnya di kecamatan Pandak, kabupaten Bantul pada posisi koordinat 07°56'23"LS 110°6'2"BT. Desa Caturharjo terletak pada ketinggian antara 50 sampai 100 mdpl. Desa Caturharjo adalah salah satu desa dari empat desa yang ada di kecamatan Pandak kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Caturharjo berada pada 12 km dari kabupaten Bantul arah barat daya dan merupakan desa ujung paling selatan di kecamatan Pandak yang mempunyai luas wilayah 593.1070 Ha.

Banyak potensi yang bisa ditemukan dari desa ini. Setidaknya desa ini memiliki tiga kekuatan utama penopang perekonomian, yaitu sektor pertanian dan peternakan yang menjadi pekerjaan bagi sebagian besar warga, pemberdayaan lingkungan melalui program bersih sampah, dan potensi wisata yang didukung oleh keuntungan geografis yang dimiliki desa seperti pundak Kedung Laten, pengolahan tanaman obat, sumber mata air yang cantik, dan masih banyak tersebar area persawahan yang asri. Jika dikembangkan dan dikelola secara optimal maka bukan tidak mungkin desa dan masyarakatnya dapat memperoleh kemandirian ekonomi dan penggerak aktivitas warga berdasarkan pada kekuatan komunitas warga desa.

Desa Caturharjo memiliki potensi perekonomian masyarakat yang cukup kuat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya variasi jenis usaha warga, misalnya pertanian secara umum, perikanan darat, peternakan, jasa dan perdagangan, industri pengolahan kayu/meubel, dan bahan pangan, serta industri pengolahan yang menjadi turunannya. Bahkan beberapa area dukuh di desa Caturharjo sudah memiliki kekhasan industri dan aktivitas ekonominya sendiri seperti aneka olahan pangan di Krapakan, industri meubeler di Glagahan dan Dampulan, kerajinan *fiberglass* di Glagahan, kerajinan patung di Krapakan, industri rumahan pembuatan roti di Tegallayang dan Tegalsempu, dan industri rumahan pembuatan Peyek di Kuroboyo.

Untuk potensi pemberdayaan lingkungan, perangkat desa telah menginisiasi didirikannya program 4.000 *jogangan* atau lubang dan 77 titik rumah kumpul sampah di tiap RT. Program ini menargetkan upaya bersih sampah di lingkungan desa Caturharjo sekaligus meneladani kebiasaan leluhur desa kala itu. Dahulu kala para leluhur membuang sampah organik dengan cara membuat lubang di tanah yang kemudian terkubur kembali (Ali & Sinilele, 2019). Cara ini sangat efektif karena tanah memiliki kandungan senyawa dan hewan tanah kecil yang mampu menguraikan sampah organik secara alamiah. Namun seiring

berjalan waktu dan modernisasi masuk desa, warga justru memiliki kecenderungan tidak ingin membuang sampah dan justru membakarnya. Tindakan ini lambat laun mengakibatkan populasi udara dan bau yang tidak sedap. Program bersih sampah ini juga memperluas cakupan jenis sampah ke anorganik namun cara pembuangannya dengan teknik dipilah kemudian untuk didaur ulang.

Selain itu, pemandangan alam yang dianugerahkan kepada desa Caturharjo juga terbilang indah. Masih banyak pemandangan area persawahan yang asri, sumber mata air yang menyejukkan dan jernih, dan dataran paling tinggi di desa yang dikenal dengan bukit atau puncak Kedung Laten. Potensi menjadi daya tarik wisatawan lokal untuk berkunjung. Terlebih setelah pihak desa menggagas ide Tuponan atau bersepeda santai tiap Sabtu Pon. Rute sepeda santai dimulai dari balai desa Caturharjo > Bulak Jeblog (area persawahan) > Taman Kertohaji (areal pekarangan warga yang digunakan bercocok tanaman pangan) > Taman Toga (tanaman obat keluarga), dan berakhir di puncak Kedung Laten untuk melihat pemandangan desa Caturharjo dari ketinggian.

Sayangnya, ketika banyak potensi di atas sedang digagas dan diinisiasi program-programnya, pandemi Covid-19 melanda sejak awal tahun 2020 sampai sekarang. Hal ini telak memupuskan banyak aktivitas desa yang menuntut perkumpulan massal terutama di aspek potensi wisata. Maka dari itu diperlukan pendekatan berbeda dengan mengaplikasikan teknologi dan promosi digital untuk tetap mengkampanyekan program-program pariwisata dan profil desa Caturharjo ke masyarakat umum dan wisatawan potensial. Meskipun teknologi digital lebih banyak dikembangkan di area perkotaan, namun aplikasi dari manfaat penggunaannya juga dapat dirasakan oleh warga di area pedesaan (Mansir & Purnomo, 2021). Teknologi digital memungkinkan konten, informasi penting, profil, dan potensi unggulan desa dapat diketahui oleh lebih banyak orang. Kemudian, hal ini akan menarik rasa penasaran dan akhirnya memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke desa. Bukan hanya itu, teknologi digital dapat membantu meningkatkan viralitas suatu objek apabila konten dan promosinya senantiasa digarap serius dan *diupdate* berkala (Widjaja, Alamsyah, Rohaeni, & Sukajie, 2018). Di era serba tidak pasti seperti saat ini, nampaknya promosi dan pemasaran digital dapat menjadi solusi dalam peta pengembangan dan potensi pedesaan terutama di desa Caturharjo.

Selain itu, aspek pengelolaan BUMDes juga menjadi fokus perhatian dalam tulisan ini. Kelembagaan BUMDes desa Caturharjo tergolong masih baru karena didirikan tahun 2018. Namun langsung vakum kepengurusan pada tahun 2019. Ditambah beratnya situasi pandemi Covid-19 yang dimulai awal tahun 2020. BUMDes sebenarnya memiliki beberapa unit usaha

seperti bank sampah dengan beberapa programnya, dan unit usaha kantin, serta beberapa usaha kecil kaki lima di sekitar balai desa. Sayangnya unit-unit usaha di bawah naungan BUMDes juga ikut vakum yang disebabkan lebih banyak oleh kapabilitas pengelolaan yang kurang baik dan kurangnya dukungan warga desa untuk memutar perekonomian melalui konsumsi produk-produk dari unit usaha BUMDes terkait (Muhtada, Diniyanto, & Alfana, 2018). Hal ini semakin menjadi keprihatinan lantaran struktur kepengurusan BUMDes yang sebetulnya dikelola oleh sumber daya manusia yang berpendidikan tinggi. Latar pendidikan pengurus banyak yang lulusan sarjana bahkan direktur BUMDes berasal dari lulusan magister. Dituturkan oleh carik desa Caturharjo, Dimas Satrio Wibowo, bahwa perencanaan dan rumusan program-program BUMDes memiliki banyak ide bagus, namun realitanya pengurus justru sibuk dengan hal-hal teknis administratif sehingga terhindarkan dari fokus mengelola bangunan teknologi dan sistem informasi yang telah diperkenalkan ke warga desa.

BUMDes sudah memiliki sistem aplikasi bank sampah dan aplikasi pengelolaan unit-unit usaha. Meskipun terbilang cukup canggih, namun implementasi sistem pastinya memerlukan partisipasi penuh dari warga desa. Ketika hal ini kurang menjadi perhatian maka keterlibatan dan kesadaran warga untuk memanfaatkan fasilitas yang ada juga tidak maksimal (Atuna & Harun, 2019). Keadaan ini dipersulit lagi dengan komitmen pengurus dalam menjalankan tugas dan peran BUMDes yang juga kurang maksimal. Pengurus BUMDes kebanyakan lulusan perguruan tinggi yang masih dalam upaya mencari pekerjaan. Ketika pekerjaan yang dipandang layak sudah diperoleh, beberapa diantaranya mengundurkan diri. Menurut informasi pihak desa, dari enam pengurus BUMDes hanya ada dua orang yang aktif mengurus. Tentunya hal ini menjadi kendala pengelolaan karena kuantitas SDM juga tidak ideal.

Pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan media promosi digital melalui profil video desa Caturharjo dan penyuluhan terkait manajemen desa yang efektif melalui konten pembelajaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menggairahkan kembali potensi perekonomian warga dan menguatkan peran BUMDes dalam memanfaatkan secara mandiri dan kontinu pemasaran atau promosi digital berbasis platform media sosial populer.

BAHAN DAN METODE

Pengabdian ini merupakan rangkaian kegiatan di tahun 2020 – 2021 dalam target memajukan dan memberdayakan desa dan BUMDes Caturharjo menuju desa berdaya mandiri secara ekonomi dan memiliki potensi sebagai desa wisata unggulan. Kegiatan ini

merupakan rangkaian pertama yang fokus pada penguatan pilar-pilar kesiapan perangkat desa (manajemen desa dan BUMDes) dan warga dalam mendukung potensi desa. Hasil pengabdian berupa video profil desa Caturharjo dan konten pembelajaran digital yang dikemas dengan format podcast yang kemudian diunggah pada *channel* YouTube desa Caturharjo. Kegiatan ini berlangsung selama sekitar 4 bulan dari Oktober 2020 – Januari 2021. Koordinasi dilaksanakan secara terbatas mengingat masih ketatnya kebijakan pembatasan sosial berskala besar. Beberapa tempat yang digunakan untuk koordinasi adalah balai desa Caturharjo, beberapa lokasi potensi wisata, seperti area persawahan, bukit Kedung Laten, dan pekarangan tanaman obat. Sedangkan untuk pembuatan konten pembelajaran digital dilakukan secara terbatas di kampus Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Condongcatur DIY.

Metode kegiatan pengabdian yang digunakan adalah observasi, diskusi interaktif dan analisa kebutuhan, serta kegiatan berbasis luaran nyata. Khusus untuk kegiatan berbasis luaran yaitu pembuatan video profil desa dan konten pembelajaran digital tim penulis bekerjasama dengan *vendor editing* dan produksi video yang memang ahli di bidang video grafis dan pengeditan. Materi yang diangkat dalam konten pembelajaran digital adalah urgensi dukungan warga dalam aktivitas dan program-program BUMDes. Materi ini dinilai relevan untuk menjawab kesulitan dan tantangan yang dihadapi kepengurusan BUMDes dalam menjalankan program dan aktivitas yang memerlukan partisipasi penuh dari warga desa (Nursetiawan, Endah, & Sujai, 2019).

Lebih lanjut, metode yang sering digunakan penulis dalam kegiatan pengabdian adalah diskusi dua-arah dan analisa kebutuhan. Hal ini penting karena sebagai upaya untuk memastikan bahwa kegiatan yang ditawarkan dan pemberdayaan yang dilakukan memang tepat sasaran dan sesuai ekspektasi stakeholder perangkat desa (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Selebihnya untuk observasi dan kegiatan berbasis proyek penulis hanya mengamati untuk mengumpulkan informasi lokasi menarik sebagai bahan pembuatan video profil desa dan dilanjutkan berkorespondensi dengan tim vendor untuk eksekusi pengambilan gambaran dan produksi-editing video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskusi Dua-Arah dan Analisa Kebutuhan

Di akhir bulan Oktober 2020 sekitar tanggal 22, penulis berkunjung ke balai desa Caturharjo dan bertemu dengan carik desa, Dimas Satrio Wibowo, dan seorang pendamping BUMDes yang ditunjuk oleh pemerintah. Pertemuan tersebut membahas perihal konsep dan

rencana teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian yang fokus pada luaran mengangkat video profil desa dan materi urgensi dukungan warga terhadap aktivitas BUMDes. Koordinasi diperlukan untuk memperoleh penyamaan persepsi mengenai kebutuhan dan persoalan yang dihadapi perangkat desa dan solusi yang tim penulis tawarkan. Selain diskusi dilakukan secara luring dan dibuat notulensi, tim penulis juga memberikan form isian analisa kebutuhan dan persoalan desa untuk lebih mengetahui secara mendalam persoalan apa yang dihadapi dan solusi yang diinginkan. Form ini menanyakan beberapa hal meliputi profil desa, gambaran umum demografis desa, kondisi ekonomi dan potensi industri, sistem perangkat pemerintahan desa, keunggulan desa yang dapat dan akan ditonjolkan, kondisi desa sebelum dan setelah pandemi, masalah dan alternatif solusi yang diinginkan pihak desa.

Dari data tersebut penulis mensortir sesuai prioritas pemetaan pengembangan dan menyesuaikan kapabilitas internal tim pengabdian lalu mengkonfirmasi kembali poin-poin utama kegiatan pengabdian kepada pihak desa. Setidaknya terdapat tiga aktivitas utama pengabdian: 1) pendampingan pengelolaan BUMDes dan sistem pemerintahan desa yang efektif, 2) penguatan penggerak perekonomian UMKM desa melalui teknik pemasaran digital, dan 3) upaya implementasi riil promosional potensi dan sumber daya internal desa kepada pihak luar. Fokus pengabdian ini lebih pada pendampingan dan penguatan pilar-pilar pengelolaan efektif kelembagaan BUMDes dan desa. Materi spesifik yang dipilih salah satunya adalah urgensi dukungan warga terhadap aktivitas dan program BUMDes.



Gambar 1. Suasana Diskusi Dua-Arah dengan Perangkat Desa di Area Persawahan

Video Profil Desa Caturharjo

Luaran kegiatan pengabdian ini memiliki dua bentuk, yakni video profil desa dan konten pembelajaran digital. Untuk luaran berbasis proyek ini tim penulis berkolaborasi dengan vendor yang ahli dan cekatan di bidang video grafis dan editing sampai produksi. Untuk kepentingan promosi potensi desa Caturharjo, video profil ini dibuat dengan teks

berjalan bahasa Inggris untuk menekankan bahwa jangkauan promosi potensi desa juga bisa menarget wisatawan mancanegara. Sebagai tahap awal pengambilan gambar, tim penulis, pihak desa, dan tim vendor berdiskusi mengenai konsep video profil dan titik lokasi mana saja yang akan dijadikan subjek pengambilan gambar. Beberapa lokasi yang disepakati diantaranya balai desa Caturharjo, area persawahan yang membentang jalan lurus, pekarangan tanaman obat keluarga, sumber mata air, program bersih sampah, dan puncak Kedung Laten. Selain itu, terdapat sesi wawancara terhadap beberapa perangkat desa seperti carik desa dan pendamping BUMDes dan perwakilan warga yang menjalani usaha warung kopi di depan balai desa. Pengambilan gambar ini dilakukan sekitar 2-3 hari pada awal bulan November 2020 secara luring terbatas. Proses pasca produksi diikuti dengan proses editing beberapa gambar, suara, disain grafis yang telah disepakati oleh tim penulis dan pihak desa. Video profil desa Caturharjo ini juga sudah bisa ditonton di kanal YouTube ‘Caturharjo Desa Pintar’.



Gambar 2. Proses Pengambilan Gambar Video Profil Desa Caturharjo



Gambar 3. Tampilan Profil Desa Caturharjo di YouTube

Konten Pembelajaran Digital oleh Dosen Jurusan Manajemen

Luaran kedua dalam pengabdian ini adalah konten pembelajaran digital oleh dosen jurusan Manajemen. Terdapat beberapa topik dalam sesi ini tetapi yang menjadi fokus adalah materi urgensi dukungan warga terhadap aktivitas dan program BUMDes. Pengambilan gambar dilakukan sekitar akhir bulan Oktober 2022 berdekatan waktunya dengan hasil kunjungan ke balai desa untuk memperoleh analisa kebutuhan dan persoalan dari desa Caturharjo. Setiap video konten pembelajaran digital diisi oleh dua orang dosen dari jurusan Manajemen. Untuk materi kali ini konten dibawakan oleh Bpk Handrio Adhi Pradana dan Bpk Murwanto Sigit. Konten pembelajaran disampaikan secara santai dan berkonsep layaknya podcast agar tujuan materi penyuluhan mudah dicerna dan diaplikasikan oleh pengguna baik perangkat desa dan warga desa Caturharjo umumnya. Karena materi video ini juga diunggah ke kanal YouTube, materi dapat dimanfaatkan oleh khalayak penonton platform YouTube dan dapat menjadi pembelajaran digital yang bisa diulang-ulang untuk dipelajari jika diperlukan.

Demi melancarkan kegiatan pengambilan gambar, tim penulis berkoordinasi dengan beberapa pihak seperti pihak fakultas yang memberikan fasilitas peminjaman ruang, peralatan *shooting*; staf jurusan yang menyiapkan hal-hal teknis terkait protokol kesehatan pandemi Covid-19, konsumsi, dan penggandaan materi; pihak mahasiswa yang memberikan pengantar intro video masuk sebelum bapak ibu dosen menyampaikan kontennya; pihak pemateri yang mendiskusikan perihal skenario *shooting*, narasi dan *setting* perbincangan materi diantara kelompok dosen; dan pihak vendor yang menyiapkan *setting* pengambilan gambar, peralatan teknis, dan konsep grafis mulai dari intro-proses-*closing* video konten pembelajaran. Proses pasca pengambilan gambar berikutnya memasuki tahapan editing video selama dua minggu sampai pada finalisasi produksi konten video. Hasil akhir video konten pembelajaran juga diunggah ke kanal YouTube dengan nama ‘Caturharjo Desa Pintar’.



Gambar 4. Seting Pengambilan Gambar yang Memakai Ruang Kelas



Gambar 5. Tampilan Video Pembelajaran di YouTube

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan peta pengembangan desa wisata desa dan BUMDes Caturharjo, kegiatan ini baru merupakan rangkaian kegiatan pertama dari peta jalan aktivitas dan agenda besar pengabdian di desa Caturharjo. Meskipun luaran program pengabdian ini belum mampu secara instan membentuk citra desa Caturharjo sebagai desa potensi wisata unggulan, namun luaran yang dihasilkan cukup untuk memberikan kontribusi pada sebagian upaya untuk mengenalkan dan memberdayakan masyarakat untuk melek aplikasi dan manfaat positif dari adanya penggunaan teknologi digital terutama dalam mempromosikan potensi desa. Selain itu, materi konten pembelajaran digital yang dikemas dalam format podcast dan ditayangkan di kanal YouTube merupakan ide yang menarik (Churiyah, Sholikan, Susanti, & Pratikto, 2021). Dengan ini menjadi bukti bahwa kegiatan pengabdian tetap dapat dilaksanakan secara efektif meskipun terdapat keterbatasan perkumpulan massal karena pandemi Covid-19.

Kegiatan pengabdian serupa ke depan perlu mempertimbangkan untuk memberikan pelatihan yang lebih intensif untuk mengkader operator, administrator, dan teknisi promosi media digital sehingga harapan desa yang betul-betul berdaya dan mampu mengaplikasikan teknologi digital dapat semakin dekat terwujud. Upaya pelatihan intensif ini juga perlu dilakukan secara paralel terkait literasi dan kompetensi teknik pemasaran digital agar konten pelatihan juga dapat tersampaikan dan diserap oleh calon kader teknisi dengan baik (Ramaditya, Effendi, Faruqi, & Darmawan, 2020; Rizal et al., 2021). Apabila ke depan pelatihan intensif mengenai materi penguasaan teknik promosi dan pemasaran digital ini terwujud maka penulis dapat semakin yakin bahwa manfaat dari teknologi digital masuk

desa dapat dimanfaatkan secara kontinu dan optimal oleh tiap stakeholder warga dan perangkat desa terkhusus desa Caturharjo kec Pandak kab Bantul D.I.Yogyakarta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Pengembangan Manajemen (PPM) Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang telah berkontribusi memberikan dukungan dana operasional dan fasilitasi selama pelaksanaan pengabdian hingga selesai. Penulis juga menyampaikan apresiasi dan rasa respek yang tinggi kepada segenap pengurus dan warga desa Caturharjo kec Pandak kab Bantul D.I.Yogyakarta yang telah berkenan mengizinkan berbagi manfaat program pengabdian masyarakat dan berharap semoga desa Caturharjo semakin berdaya dan berjaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, N., & Sinilele, A. (2019). Kearifan Lokal Dalam Melestarikan Pulau Dan Laut Di Pulau Bonetambu Sulawesi Selatan. *Hasanuddin Journal of Sociology*, 1(2), 101–115. <https://doi.org/10.31947/hjs.v1i2.9430>
- Atuna, R., & Harun, N. I. (2019). Peningkatan Kapasitas Badan Usaha Milik Desa dan Tantangan Pemerintah Sumalata Timur. *Gorontalo Journal of Public Administration Studies*, 2(2), 61–77. <https://doi.org/10.32662/GJPADS.V2I2.769>
- Churiyah, M., Sholikan, S., Susanti, E., & Pratikto, H. (2021). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Di masa Pandemi Covid-19. *Jurnal KARINOV*, 4(2), 129–135. <https://doi.org/10.17977/UM045V4I2P129-135>
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkeru*, 1(1), 39–50. Retrieved from <http://jurnal.atidewantara.ac.id/index.php/singkerru/article/view/33>
- Muhtada, D., Diniyanto, A., & Alfana, G. Q. (2018). Pengelolaan Dana Desa: Identifikasi Problem, Tantangan, dan Solusi Strategis. *RISTEK: Jurnal Riset, Inovasi Dan Teknologi Kabupaten Batang*, 2(2), 29–44. Retrieved from <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snkppm>
- Nursetiawan, I., Endah, K., & Sujai, I. (2019). Digitalisasi Produk Unggulan Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis Berbasis Qr Code Dan Facebook Marketplace. *Abdimas Galuh*, 1(1), 67–74. <https://doi.org/10.25157/ag.v1i1.2885>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Ramaditya, M., Effendi, S., Faruqi, F., & Darmawan, A. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Kreatif Berbasis Manajemen Pemasaran Digital bagi UMKM Di Wilayah Rawamangun. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 2(1), 48–54. <https://doi.org/10.32924/jscd.v2i1.13>
- Rizal, M., Laila, A. N., Ali, N., Rohmah, N., Maula, M. H. N., & Waasiah, R. (2021). Sosialisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(4), 287–293.

<https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i4.13569>

Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 465–476. <https://doi.org/10.31294/JABDIMAS.V1I3.4012>