

PENINGKATAN KAPASITAS SUMBERDAYA DAYA MANUSIA WISATA DAN UMKM BANYU MILI MELALUI PEMBERDAYAN EKONOMI

Aminullah¹, Any Urwatul Wusko², Rahmad Zainul Abidin³

^{1,2,3}Universitas Yudharta Pasuruan

¹aminullah@yudharta.ac.id

Abstract

This community service program is the implementation of the Kosabangsa program by the Service Team from Yudharta University Pasuruan. This activity aims to increase the capacity of management resources by optimizing digital marketing management and financial management. The location of the activity is at Banyu Mili Village Tourism and Medium micro and small businesses, Kolursari Village, Bangil, focusing on several aspects such as digital marketing training and the creation of a web-based and Android-based marketplace platform to market tourism products and Medium micro and small businesses more widely at the national level. This partnership program aims to empower the village tourism economy and Banyu Mili Medium micro and small businesses through the application of digital marketing to expand the market and improve the quality of financial management.

Keywords: Capacity Building, Marketing, Medium micro and small businesses

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini merupakan pelaksanaan dari program Kosabangsa oleh Tim Pengabdian dari Universitas Yudharta Pasuruan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya pengelola dengan mengoptimalkan manajemen pemasaran digital dan manajemen keuangan. Lokasi kegiatan berada di Wisata Desa dan UMKM Banyu Mili, Kelurahan Kolursari, Bangil, dengan fokus pada beberapa aspek seperti pelatihan digital marketing dan pembuatan platform marketplace berbasis web dan Android untuk memasarkan produk wisata dan UMKM secara lebih luas di tingkat nasional. Program kemitraan ini bertujuan memberdayakan perekonomian Wisata Desa dan UMKM Banyu Mili melalui penerapan digital marketing untuk memperluas pasar serta meningkatkan kualitas manajemen keuangan.

Kata Kunci: Capacity Building, Pemasaran, UMKM

Submitted: 2024-10-02

Revised: 2024-10-16

Accepted: 2024-10-31

Pendahuluan

Keberhasilan pembangunan Desa menjadi tanggung jawab bersama bagi seluruh stakeholder Desa, peran dan komitmen aparat Pemerintahan Desa akan komunikasi dengan seluruh stakeholders adalah kunci pentingnya semangat kebersamaan dalam melakukan rumusan kebijakan Desa guna membangun Desa maju dan mandiri. Hal ini dapat ditunjukkan dengan kapasitas aparat pemerintahan Desa bersama stakeholders dalam melaksanakan program-program dengan tujuan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Selain itu, kemampuan dan partisipasi masyarakat untuk membantu dan mengembangkan serta memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang ada juga menjadi kunci sebagai bentuk dukungan terhadap implementasi pprogram-program Desa tersebut.

Hal ini sejalan dengan paradigma pembangunan perdesaan yang fokus terhadap kemampuan masyarakat untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi sumber daya lokal dan tata kelola pembangunan antar sektor yang terintegrasi di berbagai wilayah di perdesaan secara mandiri termasuk dalam hal pengembangan usaha kecil formal dan non formal. Salah satu bentuk dari program sebagaimana yang dimaksud adalah Pengembangan desa wisata. Pengembangan Desa Wisata merupakan bagian dari penyelenggaraan pariwisata dan berkaitan langsung dengan jasa pelayanan (Frasawi, 2018). Diperlukan kerjasama dengan berbagai komponen penyelenggara wisata yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal termasuk juga peran dan partisipasi

akademisi perguruan tinggi. Salah satu sektor gaya baru yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat adalah wisata desa. Banyak negara besar mulai memasukkan pariwisata ke desa (Farhan, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata adalah komponen penting dalam meningkatkan ekonomi negara dan mengurangi kemiskinan (Manteiro, 2016). Namun, banyak pihak yang meragukan apakah pariwisata dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas hidup masyarakat (Raharjana, 2012).

Pariwisata adalah sarana yang sangat berguna untuk mendorong pertumbuhan wilayah, pemberdayaan masyarakat, dan bahkan pengentasan kemiskinan (Setijawan, 2018). Kehidupan masyarakat juga tidak dapat dilepaskan dari sektor UMKM (Kustanto & Prabowo, 2022). Sesuai dengan Undang-Undang tentang perencanaan pembangunan desa yang baru dimana diminta untuk menyusun skala prioritas. Undang-undang UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menuju pada efisiensi sehingga diperlukan peran aktif seluruh masyarakat untuk mengembangkan desa. Manajemen memiliki sejarah berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat.

Pariwisata berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan pengaktifan sektor produktif lainnya di negara yang memanfaatkan sektor pariwisata (Amir et al., 2020). Fenomena tersebut muncul dari adanya berbagai kemungkinan yang memungkinkan liburan dan aktivitas di luar kehidupan sehari-hari dikembangkan sebagai sumber daya pariwisata. Pengembangan sumber daya pariwisata diharapkan dapat memberikan kontribusi ekonomi langsung dan tidak langsung kepada masyarakat lokal dan meningkatkan kehidupan sosial. Pemberdayaan masyarakat di desa wisata memberi masyarakat lokal peluang yang lebih besar untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan dan memanfaatkan pertumbuhan industri pariwisata, sehingga semakin berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, mendapatkan manfaat dari pengembangan industri pariwisata dan semakin memperkuat masyarakat (Rochman, 2017; Yuniarto, 2019).

Kabupaten Pasuruan memiliki salah satu Kecamatan yang menjadi pusat perekonomian diantaranya Kecamatan Bangil, dimana salah satu kelurahan di Kecamatan Bangil ini memiliki potensi Wisata Desa Banyumili yakni yang berada di Kelurahan Kolursari. Pemilihan Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM) Banyu Mili menjadi mitra program Kosabangsa didasarkan pada pertimbangan bahwa Desa Wisata Banyumili ini memiliki beberapa unit usaha yang cukup potensial dan produktif. Setelah sukses mengembangkan River Tubbing, Pokdarwis banyu mili juga bergerak wisata river tubing, flaying fox, dan susur sungai kampung banyu mili.

Dukungan serta semangat juga diberikan kepada Pokdarwis dan Lurah Kolursari agar terus berupaya mengembangkan potensi wisata di sana. Sekalipun di masa pandemi tiga tahun kemaren, produktifitas harus terus dipacu untuk kemudian disinkronkan dengan program-program Daerah Kabupaten Pasuruan dalam hal pengembangan potensi wisata. Sebagaimana perkembangan Pokdarwis sebagai penggerak wisata Desa, kelurahan Kolursari juga memiliki UMKM Banyumili yang bergerak di bidang kerajinan peci, dan mangga khas pasuruan serta berbagai produk makanan dan minuman. UMKM Banyumili ini di menjadi salah satu penggerak ekonomi Masyarakat setempat.

Sebagaimana perkembangan wisata Desa dan UMKM yang ada kedua sasaran mitra ini juga permasalahan klasik dalam mengembangkan potensi wisata dan ekonomi. Pada sisi mitra Pokdarwis memiliki permasalahan diantaranya: *pertama*, lokasi wisata desa banyu mili yang memanfaatkan sungai sebagai wahana wisata berpotensi banjir dikarenakan kecamatan Bangil merupakan salah satu daerah rawan banjir, sehingga jika terjadi banjir berdampak pada pengelolaan wisata, *Kedua*, kuantitas pengunjung wisata desa banyu mili saat ini masih berasal dari sekitar kabupaten Pasuruan dikarenakan minimnya pengelolaan pemasaran wisata. *Ketiga*, minimnya kapasitas sumber daya pengelola atas manajemen keuangan, sehingga tidak mengetahui secara pasti arus kas wisata desa.

Hal serupa terjadi permasalahan pada UMKM Banyu mili, terdapat beberapa permasalahan diantaranya: *pertama*, Pemasaran produk UMKM selama ini masih secara manual dan jangkauan terbatas hanya di sekitar kecamatan Bangil, sehingga dibutuhkan jangkauan pasar yang lebih luas guna meningkatkan kapasitas produksi. *Kedua*, minimnya kapasitas sumber daya pengelola UMKM terhadap manajemen keuangan. Dari permasalahan mitra sasaran tersebut maka Tim pengabdian yang berasal dari Fisip Universitas Yudharta Pasuruan melalui program kosabangsa tertarik untuk berkolaborasi guna membantu memecahkan permasalahan yang dimaksud.

Metode

Berangkat dari titik permasalahan sebagaimana yang telah diurai diatas secara umum, masalah yang dihadapi oleh kedua mitra tersebut terkait dengan:

- 1) Kesulitan dalam marketing
- 2) Belum ada marketplace (*e-commerce*) sehingga dibutuhkan digitalisasi marketing
- 3) Produk UMKM belum dikenal di luar Kabupaten
- 4) Minimnya Kapasitas Sumber daya manusia dalam manajemen keuangan

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran baik Pokdarwis dan UMKM Banyu Mili, maka kegiatan ini menitik beratkan pada kegiatan penyusunan Kelengkapan Administrasi dan Pemasaran/ digitalisasi marketing, membantu membenahi pembukuan keuangan Pokdarwis dan UMKM Banyu Mili agar sesuai dengan standar yang ada pada umumnya, serta mendampingi cara penggunaan aplikasi terbaru terkait pembukuan keuangan agar lebih efektif dan efisien.

Dengan adanya program aplikasi yang telah diberikan oleh tim pengabdian, diharapkan kepada pengurus Pokdarwis dan UMKM Banyu Mili mampu mengelola pencatatan keuangan Pokdarwis dan UMKM Banyu Mili secara baik dan benar serta mampu menciptakan usaha-usaha lain yang kreatif dan inovatif. Gambaran dari kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

Untuk Pokdarwis Banyu Mili:

1. Pelatihan Digitalisasi marketing
2. Pelatihan Manajemen Keuangan

Untuk UMKM Banyu Mili

1. Pembuatan Digital Marketing berbasis web dan android
Pembuatan Digital Marketing dan market place untuk pemasaran wisata desa Banyu Mili.
2. Pelatihan Digitalisasi marketing
3. Pelatihan Manajemen Keuangan

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program kosabangsa yang dilakukan tim pengabdian dengan melibatkan mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra sasaran, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini menitik beratkan pada kegiatan Pembuatan Digital Marketing bagi kedua mitra guna memperluas jangkauan pasar sampai pada luar kabupaten Pasuruan, bahkan sampai nasional.

Kelurahan Kolursari salah satu kecamatan yang berada di wilayah Kecamatan Bangil mempunyai potensi wisata Desa yang nantinya bisa diintegrasikan dengan wisata-wisata lain di Kabupaten Pasuruan. Dorongan dan motivasi Pemerintahan Kelurahan sangat besar terhadap perkembangan wisata desa banyumili. Hal ini menjadi social capital bagi penggerak wisata banyumili dalam hal ini Kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan pengelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Banyumili.

Dalam perkembangannya banyumil memiliki dinamika pasang surut dalam pengelolannya, baik sektor wisata dan umkmnya, sebagaimana juga hal ini terjadi pada pariwisata dan UMKM

yang berada di Kabupaten Pasuruan. Salah satu yang mendasar adalah permasalahan sumber daya pengelola, hal ini menjadi focus utama dalam pengendalian manajemen pengelola.

Implementasi program pengabdian ini tim pengabdian menitik beratkan pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran, sebagaimana yang telah diuraikan diatas bahwa permasalahan yang dihadapi oleh penggerak wisata desa dan umkm banyumili sebagaimana yang tergambar pada table dibawah ini:

Tabel 1: Implementasi Program Kegiatan Mitra sasaran (Pokdarwis dan UMKM Banyumili).

Mitra Penggerak Wisata (Pokdarwis)	Mitra UMKM
<p>Pelatihan Digitalisasi marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemberian materi Pemasaran online dan offline - Pengenalan dunia pemasaran digital - Pengenalan Start Up di Indonesia - Pengenalan market place 	<p>Pembuatan Digital Marketing berbasis web dan android</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan website pemasaran - Pemasaran produk online/digital UMKM - Pembuatan vitur produk UMKM
<p>Pelatihan Manajemen Keuangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemberian materi keuangan bisnis - pengenalan akuntansi bisnis - pelatihan keuangan dasar dan bisnis 	<p>Pelatihan Digitalisasi marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemberian materi Pemasaran online dan offline - Pengenalan dunia pemasaran digital - Pengenalan Start Up di Indonesia - Pengenalan market place
	<p>Pelatihan Manajemen Keuangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemberian materi keuangan bisnis - pengenalan akuntansi bisnis - pelatihan keuangan dasar dan bisnis

Sumber: diolah tim pengabdian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian nasional, khususnya dalam pertumbuhan ekonomi dan penyelesaian pengangguran, sekaligus dapat mendorong pembangunan daerah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menunjukkan bahwa pada tahun 2019, jumlah UMKM di Indonesia kurang lebih 66 juta unit, sedangkan jumlah usaha besar sebanyak 5.637 unit. Pada tahun 2018 hingga 2019, jumlah 4.444 unit usaha meningkat 1,98%, sedangkan pertumbuhan 4.444 perusahaan besar hanya sebesar 1,58%. (Indonesia, 2018-2019) Data ini menunjukkan jumlah UKM di Indonesia lebih banyak dibandingkan jumlah perusahaan besar.

Terbatasnya kemampuan pengelolaan keuangan usaha sebagian besar Wisata dan UMKM Banyumili di Kelurahan Kolursari Kabupaten Pasuruan mengakibatkan keuangan usaha terbelengkalai sehingga mengakibatkan pengelola Wisata dan UMKM tidak mampu bertahan dan berkembang. Program Pengabdian kepada Masyarakat. Mereka hanya mencatat jumlah konsumen, tidak mencatat kapan uang masuk dan keluar, serta tidak membedakan uang pribadi dan uang perusahaan.

Hal yang sama berlaku untuk akuntansi keuangan. Kebanyakan UMKM malas dan tidak menyiapkan laporan keuangan untuk usahanya. Karena rumit dan hanya fokus pada produksi dan penjualan. Hal ini juga dikarenakan sebagian besar warga wilayah Kolsari belum tamat SMP maupun SMA. Hal ini tentu saja mempengaruhi pengetahuan pengelolaan keuangan komunitas Pokdarwis dan UMKM di Banyu Mili. Hal ini sesuai dengan teori (Andreas, 2011) bahwa kelemahan

usaha kecil adalah kurangnya dana untuk menutupi pengeluaran mereka dalam beberapa bulan mendatang. Selain itu, tidak ada perbedaan antara keuangan perusahaan dan keuangan rumah tangga.

Pelatihan Digitalisasi Marketing

Pelatihan digitalisasi marketing adalah program pembelajaran yang dirancang untuk membantu individu atau tim memahami dan memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran. Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan proses pemasaran dengan memanfaatkan platform, alat, dan teknik digital yang efektif. Berikut adalah beberapa elemen penting dari pelatihan ini:

1. Pengenalan Digital Marketing

Definisi dan Konsep Dasar: Memahami apa itu pemasaran digital dan bagaimana perbedaannya dengan pemasaran tradisional. Tren Digital Terbaru: Mengupas perkembangan terbaru di dunia digital, seperti media sosial, SEO, email marketing, dan lainnya.

2. Platform Digital

- a. Media Sosial: Bagaimana memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn untuk pemasaran.
- b. Search Engine Marketing (SEM): Menggunakan Google Ads atau Bing Ads untuk menargetkan konsumen secara lebih efisien melalui pencarian berbayar.
- c. E-commerce: Mengoptimalkan penjualan di platform seperti Shopee, Tokopedia, atau website berbasis e-commerce.

3. Search Engine Optimization (SEO)

- a. Optimasi Konten: Belajar bagaimana mengoptimalkan konten agar muncul di hasil pencarian Google.
- b. Kata Kunci (Keyword): Teknik riset kata kunci yang relevan dan strategis untuk meningkatkan visibilitas.
- c. Link Building: Strategi membangun tautan yang dapat meningkatkan otoritas dan peringkat situs web.

4. Content Marketing

- a. Pembuatan Konten Berkualitas: Bagaimana membuat konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan audiens.
- b. Storytelling: Menggunakan narasi dalam konten untuk membangun hubungan emosional dengan pelanggan.
- c. Strategi Distribusi: Memanfaatkan berbagai saluran digital untuk mendistribusikan konten secara efektif.

5. Email Marketing

- a. Otomatisasi Email: Penggunaan alat seperti Mailchimp atau HubSpot untuk mengirim email secara otomatis kepada pelanggan berdasarkan tindakan mereka.
- b. Segmentasi Pelanggan: Membagi audiens menjadi beberapa segmen untuk personalisasi pesan.
- c. Kampanye yang Efektif: Merancang kampanye email yang menarik dan tepat sasaran.

6. Data Analytics dan Pemantauan**

- a. Google Analytics: Menggunakan alat ini untuk melacak kinerja kampanye digital, mengetahui perilaku pengunjung, dan mengidentifikasi area untuk perbaikan.
- b. KPI Digital: Mengidentifikasi indikator kinerja utama (KPI) yang relevan dengan bisnis dan tujuan pemasaran.

7. Iklan Berbayar (Paid Ads)

- a. Facebook dan Instagram Ads: Cara menargetkan audiens yang tepat menggunakan iklan di media sosial.

- b. Google Ads: Strategi untuk menjalankan iklan pencarian berbayar (search ads) dan display ads.
8. Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)
 - a. Pengenalan Alat CRM: Menggunakan perangkat lunak seperti Salesforce atau Zoho untuk mengelola hubungan pelanggan.
 - b. Loyalitas Pelanggan: Teknik mempertahankan dan meningkatkan loyalitas melalui interaksi yang lebih personal dan konsisten.
9. Tren Digital Masa Depan
 - a. Artificial Intelligence (AI): Bagaimana AI dapat membantu dalam otomatisasi dan personalisasi dalam marketing.
 - b. Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR): Potensi teknologi ini dalam meningkatkan pengalaman pengguna.
 - c. Pemasaran Berbasis Data (Data-Driven Marketing): Pengambilan keputusan berdasarkan analisis data yang mendalam.
10. Studi Kasus dan Praktik Langsung
 - a. Simulasi Kampanye: Mengaplikasikan semua teknik yang dipelajari dalam simulasi kampanye nyata.
 - b. Review dan Evaluasi: Melakukan evaluasi terhadap hasil kampanye, belajar dari kesalahan, dan mengoptimalkan hasil.

Pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan yang komprehensif bagi penggerak wisata dan pengelola UMKM Banyu Mili. Bentuk kegiatan dari program ini adalah workshop yang didalamnya terdapat diskusi materi pemasaran digital dasar, kemudian diberikan pelatihan terkait manajemen pemasaran. Output dari kegiatan ini adalah penggunaan aplikasi market place berbasis android yang nantinya menjadi lapak bagi Wisata dan UMKM Banyu Mili.

Pelatihan Manajemen Keuangan

Pelatihan manajemen keuangan adalah program yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang atau kelompok dalam mengelola aspek keuangan. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai cara mengelola keuangan secara efektif, termasuk perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keuangan, baik di tingkat pribadi maupun organisasi.

Berikut adalah beberapa topik utama yang biasanya dibahas dalam pelatihan manajemen keuangan:

1. Dasar-dasar Keuangan: Pemahaman konsep dasar keuangan seperti arus kas (cash flow), pendapatan, biaya, dan laba. Ini mencakup cara membaca dan memahami laporan keuangan (neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas).
2. Penganggaran (Budgeting): Mengajarkan cara membuat anggaran yang efektif untuk memproyeksikan pendapatan dan pengeluaran di masa mendatang. Penganggaran yang baik membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.
3. Pengelolaan Arus Kas (Cash Flow Management): Pelatihan ini mencakup strategi untuk mengelola arus kas, memastikan bahwa bisnis atau individu memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban keuangan.
4. Perencanaan Keuangan: Ini termasuk pembuatan rencana jangka pendek dan panjang untuk mencapai tujuan keuangan, seperti investasi, tabungan, atau pengembangan bisnis.
5. Manajemen Utang: Peserta belajar cara mengelola pinjaman dan utang secara bijak, memahami risiko dan bagaimana mengurangi beban utang dengan strategi yang tepat.

6. Analisis Investasi: Pelatihan ini mencakup cara menganalisis dan mengevaluasi investasi, baik untuk individu yang ingin berinvestasi pribadi maupun organisasi yang mencari investasi yang menguntungkan.
7. Manajemen Risiko: Mengajarkan cara mengidentifikasi dan mengelola risiko keuangan yang mungkin dihadapi, baik itu terkait dengan pasar, kredit, atau operasional.
8. Kepatuhan dan Perpajakan: Mengajarkan bagaimana memastikan kepatuhan terhadap peraturan keuangan, termasuk pengelolaan pajak dan peraturan lainnya yang terkait dengan aspek keuangan.
9. Pengambilan Keputusan Keuangan: Membahas bagaimana membuat keputusan keuangan yang strategis berdasarkan data keuangan yang ada.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh kepada para pelaku wisata dan pengelola UMKM Banyu Mili. Kegiatan ini berupa workshop yang melibatkan diskusi tentang dasar-dasar keuangan bisnis, pengambilan Keputusan keuangan, cash flow dan lainnya. Hasil dari pelatihan ini adalah penggunaan kecakapan atau keberdayaan sumber daya manusia pengelola Wisata dan UMKM Banyu Mili.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Wisata Desa dan UMKM Banyu Mili, Kelurahan Kolursari Kecamatan Bangil, yang menitikberatkan pada beberapa kegiatan utama, di antaranya pelatihan manajemen keuangan, pelatihan digital marketing, serta pembuatan marketplace untuk pemasaran digital produk berbasis web dan android. Program ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran Wisata dan UMKM Banyu Mili hingga tingkat nasional. Kegiatan tersebut melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai bagian dari implementasi pengabdian masyarakat, dengan seluruh aktivitas.

Daftar Pustaka (10 pt)

- Aminullah, Laila Qurrota A,yun. ANALISIS PELAYANAN PUBLIK DALAM PERSPEKTIF GOOD GOVERNANCE DI DESA SUMBERREJO KECAMATAN PURWOSARI. Jurnal Mutidisiplin ilmu sosial Triwikrama. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v5i2.6082>
- Aminullah, A. (2024). PERAN KEPEMIMPINAN KEPALA DESA DALAM INOVASI PELAYANAN ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DI DESA SENGONAGUNG KECAMATAN PURWOSARI KABUPATEN PASURUAN. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(5), 51–60. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v4i5.4648>
- Farhan, A. (2018). Analisis Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Candirejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang. 7(2), 11–20.
- Frasawi, E. S. (2018). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Ambengan Kecamatan Sukasada. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 6(3). <https://doi.org/10.23887/jjpg.v6i3.20704>
- Khusnul Khotimah, Any Urwatul Wutsqo, & Miftahul Huda. (2019). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan. *SKETSA BISNIS*, 4(2), 76-84. <https://doi.org/10.35891/jsb.v4i2.1598>
- Manteiro, M. C. B. (2016). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Strategi Pengentasan Kemiskinan di Kabupaten Rote Ndao Nusa Tenggara Timur. *BISMAN: Jurnal Bisnis Manajemen*, 2(2), 93–101.
- Raharjana, D. T. (2012). Membangun Pariwisata Bersama Rakyat: Kajian Partisipasi Lokal Dalam Membangun Desa Wisata di Dieng Plateau. *Jurnal Kawistara*, 2(3). <https://doi.org/10.22146/kawistara.3935>

Urwatul Wusko, A. Optimalisasi Online Marketing melalui Marketplace Shopee Produk UMKM Kopi Kutjur Sumberrejo Purwosari Pasuruan. JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA e-ISSN :2987- 0135 Volume 1, No. 8, Tahun 2023
<https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>

Saidah, C., & Aminullah, A. (2024). PENERAPAN REFORMASI BIROKRASI DALAM PERSPEKTIF AGILE GOVERNANCE : (Studi di Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Timur). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(1), 131–140.
<https://doi.org/10.6578/triwikrama.v5i1.6020>