

Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan dan Branding BUM Desa Kutukulon dan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Jetis Ponorogo

Muhtadin Amri^{1*}, Faruq Ahmad Futaqi², Arel Buyung Anason³, Gea Rofiqoh Hasanah⁴, Gista Neli Mariskha⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

** Email: muhtadinamri@iainponorogo.ac.id*

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Jetis Ponorogo. Metode pengabdian yang digunakan adalah metode Asset-Based Community Development (ABCD) dengan pendekatan Appreciative Inquiry. Subjek pengabdian meliputi para pengurus BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon dan para pelaku UMKM di Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer melalui wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan teknik interaktif. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan perlunya penggunaan digital marketing digunakan dengan lebih luas oleh BUM Desa dan para pelaku UMKM guna meningkatkan branding dan pendapatannya, sehingga tujuan didirikannya BUM Desa yaitu berkontribusi sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Desa (PAD) dapat terpenuhi sebagaimana mestinya sesuai dengan amanah Undang-undang. Selain itu dengan penggunaan digital marketing khususnya dengan dibuatnya website sebagai sarana promosi, diharapkan kepercayaan, branding dan pendapatan para pelaku UMKM bisa meningkat yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa sendiri dan menghidupkan perekonomian desa.

Kata kunci: Digital Marketing, Website, BUM Desa, UMKM, Branding, Pendapatan

Abstract: This community service activity aims to provide training and assistance to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Jetis Ponorogo District. The service method used is the Asset-Based Community Development (ABCD) method with an Appreciative Inquiry approach. The subjects of the service included the BUM management of Mitra Puspita Kutukulon Village and MSME actors in Jetis District, Ponorogo Regency. Data was collected using primary data through interviews and questionnaires. The data analysis technique was carried out with interactive techniques. The results of this service activity show the need for the use of digital marketing to be used more widely by BUM Desa and MSME actors in order to increase their branding and income, so that the purpose of establishing BUM Desa, which is to contribute as a source of Village Original Income (PAD) can be fulfilled properly in accordance with mandate of the law. In addition, with the use of digital marketing, especially with the creation of a website as a means of promotion, it is hoped that the trust, branding and income of MSME actors can increase which in turn improves the welfare of the village community itself and revives the village economy.

Keywords: Digital marketing, Website, BUM Desa, UMKM, Branding, Income

PENDAHULUAN

Pemerintah pusat sudah sejak lama menekankan kepada pemerintah daerah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi berbasis desa. Diantara program yang dilaksanakan oleh pemerintah adalah dengan memberikan amanat kepada setiap desa untuk mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 22 tahun 1999, serta Peraturan Pemerintah (PP) No. 71 Tahun 2005 Tentang Desa. Kebijakan pemerintah pusat tersebut juga harus didukung oleh pemerintah daerah baik di tingkat provinsi hingga kota maupun kabupaten agar BUM Desa yang didirikan oleh desa tetap dapat bersaing dengan badan usaha milik swasta yang memiliki modal besar (Taufik et al., n.d.)

Permendes No.4 Tahun 2015 menjelaskan maksud dari pendirian BUM Desa adalah sebagai sarana bagi desa untuk mengelola kegiatan perekonomian dan pelayanan umum. Selanjutnya juga dijelaskan tentang tujuan dari pendirian BUM Desa diantaranya adalah memperbaiki perekonomian desa, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan penghasilan masyarakat desa, menciptakan pemerataan perekonomian di pedesaan dan tujuan-tujuan lainnya. Pada intinya tujuan dari pendirian BUM Desa tersebut adalah sebagai upaya mengatasi permasalahan perekonomian desa dan menjadikan ekonomi desa semakin kuat sehingga masyarakat desa menjadi lebih sejahtera dan masalah kemiskinan di desa bisa teratasi.

Data yang dipublikasikan oleh Kementerian Desa mengindikasikan terdapat perkembangan yang pesat dari jumlah BUM Desa yang berdiri di seluruh Indonesia. Di tahun 2014 jumlah BUM Desa yang berdiri masih pada angka 1022 unit, sedangkan di tahun 2020 secara total, jumlah BUM Desa telah berkembang menjadi 51 ribu unit usaha. Dari data tersebut dapat disimpulkan, potensi yang besar dari berdirinya BUM Desa yang ada di seluruh Indonesia pantas untuk dijadikan sebagai salah satu unit penggerak perekonomian berbasis desa (Padil et al., 2021).

Namun, dengan pendirian BUM Desa, berbagai permasalahan yang ada di desa terutama permasalahan terkait kesejahteraan masyarakat dan kemiskinan sejauh ini belum dapat diatasi. Terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan mengapa mayoritas BUM Desa masih belum dapat memberikan dampak yang nyata bagi perekonomian masyarakat. Permasalahan dari internal BUM Desa sendiri yang menyebabkan belum maksimalnya kinerja BUM Desa diantaranya adalah para pengurus belum sepenuhnya mampu untuk melakukan manajemen organisasi. Meskipun sudah memiliki struktur organisasi dan pengurus, namun dalam penerapannya para pengurus tersebut belum mampu untuk melaksanakan manajemen organisasi dengan baik. Selain itu, juga terdapat permasalahan terkait kesulitan dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki desa, dan permasalahan pemasaran yang jangkauan nya masih terbatas.

Desa Kutukulon termasuk dalam kategori Desa Swakarya yang ditunjukkan dengan adanya sarana pendidikan, perekonomian dan sarana penunjang lainnya (www.desakutukulon.com). Menurut data Kementerian Desa dan Daerah Tertinggal

(KDDT), penduduk di Desa Kutukulon terdiri dari 556 kepala keluarga. Dari sektor perekonomian penduduknya memiliki pekerjaan yang beragam. Di tahun 2019 Desa Kutukulon termasuk dalam kategori berkembang. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai Indeks Desa Membangun (IDM) 0,606 dan Indeks Pembangunan Desa (IPD) 74,04 (Kementerian Desa). Sebagaimana desa lainnya, Desa Kutukulon juga memiliki BUM Desa. Nama dari BUM Desa yang dimiliki Desa Kutukulon adalah BUM Desa Mitra Puspita. BUM Desa Mitra Puspita yang mempunyai 3 divisi usaha, yaitu: Usaha Sablon “Seje”, Usaha Toko “Puspita Jaya”, dan Usaha Pupuk Bio Puspita.

BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon secara resmi dibentuk pada tahun 2017. Berdirinya BUM Desa pada tahun tersebut, juga bersamaan dengan program OVOP (One Village One Product) yang dicanangkan oleh Bupati Ponorogo pada periode tersebut yaitu Bupati Ipong Muchlissoni. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua BUM Desa Mitra Puspita, Danang Dwi Widagdo, awalnya sebenarnya unit usaha yang akan dijalankan oleh BUM Desa adalah usaha pada sektor perikanan. Namun, karena program OVOP yang dicanangkan oleh Bupati kala itu mengharuskan usaha yang dibuat menghasilkan sebuah produk olahan. Sehingga, rencana awal menggandeng usaha perikanan yang ada di Kutukulon untuk menjadi salah satu unit usaha yang dijalankan oleh BUM Desa harus diurungkan dan akhirnya diubah menjadi unit usaha yang lain.

Dari keterangan pemerintah desa yang diwakili oleh Kepala Desa Kutukulon Supriyono, BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon berdiri pada tahun 2017 di masa kepemimpinannya. BUMDES berdiri dikarenakan adanya usulan dari atasan berdasarkan musyawarah desa, lalu terbentuklah BUMDES yang diinstruksikan langsung dari pusat. BUMDES tidak memiliki dana khusus, namun dalam pembentukannya, Desa mengalokasikan dana untuk keberlangsungan usahanya. Ketentuan BUMDES untuk usaha masyarakat, karang taruna dengan bentuk usaha yang bebas tanpa syarat. Usaha BUMDES saat ini ialah ATK, Sablon, dan Bio Puspita. Ketiga usaha tersebut dipilih berdasarkan rapat dan ditentukan oleh Bapak Carik (Pak Udin) yang memutuskan ketiga bentuk usaha tersebut.

Seperti BUM Desa atau kegiatan usaha yang lain secara umum, berbagai kendala dan permasalahan yang dihadapi oleh BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon. Berdasarkan hasil wawancara dengan sekretaris desa Kutukulon Hanif, Kelemahan BUMDES sendiri terletak pada belum bisanya kegiatan operasional ini untuk menggaji pengurus. Pihak desa pun tidak berani menuntut mereka untuk menghasilkan kontribusi yang nyata bagi desa dan pengurusnya sendiri. Karena bagi desa, dengan kemauan mereka untuk mengurus BUMDES sudah menjadi kebanggaan dan apresiasi sendiri. Kedepannya, ada rencana untuk membangun 3 ruko dimana yang 1 untuk usaha BUM Desa, dan yang 2 akan disewakan. Pembangunan ruko ini sebenarnya bisa dilakukan langsung oleh Desa tanpa harus menunggu BUM Desa. Namun rencana tersebut belum dapat terealisasi karena adanya program pemulihan ekonomi desa.

Senada dengan pihak pemerintah desa, menurut penuturan Danang selaku ketua,

beberapa permasalahan yang dihadapi diantaranya adalah terkait dengan permodalan dan pengenalan produk-produk BUM Desa kepada masyarakat yang belum maksimal. Kondisi tersebut membuat pendapatan yang diperoleh oleh BUM Desa, jumlahnya masih sangat kecil. Bahkan, untuk menggaji karyawan dan pengurus, BUM Desa yang sudah berdiri hampir 5 tahun tersebut terkadang juga masih kesulitan. Akibatnya, maksud dan tujuan dari pendirian BUM Desa yang diharapkan dapat berkontribusi terhadap PAD Desa masih belum dapat terealisasi.

BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon sebenarnya memiliki aset dan potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Unit usaha sablon dengan brand “Seje” misalnya, merupakan unit usaha yang paling besar pendapatannya dibanding dengan unit usaha yang lain. Di masa pandemi covid-19, yang memberikan dampak terhadap kegiatan usaha dan perekonomian secara umum, sablon Seje memproduksi kaos bertema tentang ajakan untuk mematuhi protokol kesehatan. Memanfaatkan momentum pandemi dengan tulisan- tulisan yang disematkan di kaos yang diproduksi Seje tersebut diantaranya adalah “Jaga Jarak”. “Di Rumah Aja”, “Physical Distancing” terbukti mampu menarik minat banyak konsumen untuk melakukan pemesanan. Namun, ada hal yang terlupakan dalam penjualan kaos tersebut, yaitu brand dari sablon Seje tidak terekspos pada saat kaos sudah diterima oleh konsumen. Hal tersebut membuat produksi dan penjualan kaos yang sebenarnya berpotensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, belum dapat dimaksimalkan potensinya oleh BUM Desa.

Selain potensi dari unit usaha sablon Seje, unit usaha yang bergerak dibidang pembuatan pupuk organik yaitu “Bio Puspita” proyeksi perkembangan di masa depan juga tidak kalah menarik. Apalagi saat ini, di berbagai tempat sedang digencarkan himbauan kepada masyarakat tidak terkecuali para petani untuk menggunakan pupuk organik.

Perkembangan penggunaan internet di Indonesia sudah semakin pesat dan saat ini perkembangannya sudah menjangkau berbagai kalangan dan seluruh lapisan masyarakat. Hasil survey yang disajikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan penetrasi dari pengguna internet di tahun 2018 sudah mencapai angka 64,8% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta jiwa. Angka tersebut menunjukkan bahwa di tahun 2018 pengguna internet di Indonesia berjumlah 171,17 jiwa. Sementara pertumbuhan pengguna dari tahun 2017 sampai dengan 2018 mencapai angka 10,12% lebih tinggi dari angka pertumbuhan penduduk yang hanya sebesar 0,63%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018)

Pesatnya pertumbuhan penggunaan internet tersebut, juga belum mampu dimanfaatkan dengan maksimal oleh BUM Desa Kutukulon sebagai salah satu media pemasarannya. Pemasaran yang dilakukan oleh BUM Desa Kutukulon masih dilakukan secara tradisional dan penggunaan media digital khususnya internet marketing masih belum optimal. Penyebabnya adalah kurangnya pengetahuan dan

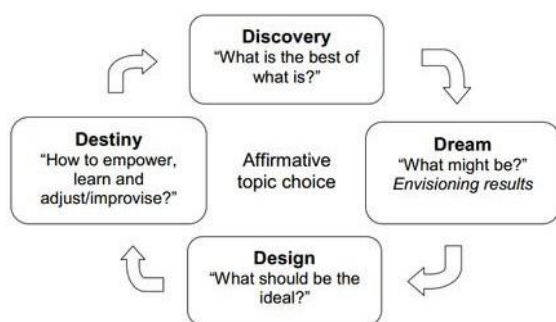
keterampilan dari sumber daya manusia yang ada di manajemen BUMDesa terhadap digital marketing. Kondisi tersebut menyebabkan pangsa pasar dari BUM Desa Kutukulon masih sangat terbatas. Jangkauan pemasaran BUM Desa mayoritas masih terbatas pada lingkungan Desa Kutukulon dan sekitarnya. Padahal, pangsa pasar merupakan salah satu indikator dari keberhasilan suatu usaha (Radjab et al., 2017)

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kutukulon Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo yaitu dengan memberikan pelatihan pemanfaatan digital marketing berbasis Facebook Ads pada pengelola BUM Desa Kutukulon dan para pelaku UMKM di Kecamatan Jetis, Ponorogo. Diharapkan setelah dilakukan pelatihan sekaligus pendampingan terhadap pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan website dan aplikasi sosial media dalam pemasaran yang dilakukan oleh BUM Desa serta para pelaku UMKM bisa lebih optimal. Selain itu, pemanfaatan media digital marketing juga diharapkan dapat meningkatkan brand awareness bagi BUM Desa Mitra Puspita dan para pelaku UMKM di Jetis, Ponorogo.

METODE

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan metode Asset-Based Community Development (ABCD). Metode ABCD menekankan pada keunggulan yang dimiliki oleh masyarakat sebagai objek pengabdian (Mcknight, 1988). Pendekatan ABCD dipilih karena metode ini berfokus pada keunggulan atau aset yang dimiliki oleh masyarakat dibandingkan berfokus pada kekurangannya. Metode pengabdian yang dijalankan dalam pengabdian ini menggunakan pendekatan ABCD dengan menggunakan strategi pelatihan dan pendampingan dengan tujuan agar para pengelola Badan Usaha Milik (BUM) Desa Kutukulon dan para pelaku UMKM memiliki kemampuan untuk melakukan transformasi sosial dengan bermodalkan aset yang dimiliki. Tim pengabdian berperan menjadi fasilitator yang memberikan fasilitas kepada pengelola BUM Desa dan pelaku UMKM untuk mengenali potensi yang bisa dikembangkan sehingga branding dan pendapatan mereka bisa meningkat. Pembuatan website dan kemampuan penggunaan digital marketing yang mereka miliki diharapkan dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pengelola BUMDesa dan pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki.

Tahapan-tahapan yang dilalui oleh tim pengabdian dalam melakukan pelatihan dan pendampingan dengan pendekatan ABCD Appreciative Inquiry diantaranya adalah, inkulturasi, discovery, dream, design, dan destiny. Dengan menggunakan tahapan-tahapan tersebut diharapkan branding dan pendapatan BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon dan para pelaku UMKM di Kecamatan Jetis dapat mengalami peningkatan.



Gambar. Siklus dan Tahapan Pengelolaan Perubahan Berdasarkan 4-D
(Salahudin, 2015)

Tahap inkulturasi dilakukan dengan melakukan pendekatan kepada pemerintah desa Kutukulon dan ketua BUM Desa dengan mengajukan permohonan izin dan kunjungan ke balai desa Kutukulon. Pada tahap ini, tim dilakukan permohonan izin dengan menyerahkan surat kepada wawancara dengan pihak pemerintah desa Kutukulon yang diwakili oleh sekretaris desa (carik) dan ketua BUM Desa untuk mengenal dan mengetahui lebih mendalam sejarah dan kondisi BUM Desa menurut pemerintah desa setempat serta bagaimana kondisi UMKM yang dijalankan oleh masyarakat desa. Selanjutnya tahapan inkulturasi dengan BUM Desa dilakukan dengan mewawancarai ketua BUM Desa Kutukulon yaitu Danang Dwi Widagdo.

Tahapan berikutnya adalah tahapan discovery tim melakukan pemetaan terhadap aset dan potensi yang dimiliki oleh BUM Desa Kutukulon dan UMKM di Kecamatan Jetis Ponorogo. Setelah mengetahui aset dan potensi yang dimiliki dan dapat dikembangkan. Setelah mengetahui potensi yang dimiliki, tahap selanjutnya adalah design, define dan refleksi dilakukan tim untuk menggali berbagai peluang dari potensi dan aset serta penetapan dan implementasi program pelatihan dan pendampingan bagi pengelola BUM Desa dan pelaku UMKM di Kecamatan Jetis Ponorogo. Tahapan-tahapan dalam metode ABCD tersebut diimplementasikan untuk memberikan pengetahuan baik secara teoritis atau praktik dalam penggunaan digital marketing untuk meningkatkan branding dan pendapatan bagi BUM Desa dan UMKM.

Tahapan selanjutnya adalah tahapan dream atau impian. Setelah menemukan dan mengidentifikasi aset yang dimiliki, mitra pengabdian selanjutnya diminta untuk mengeksplorasi keinginan atau impian yang diinginkan di masa depan, tidak hanya bagi dirinya sendiri, tetapi bagi organisasi hingga masyarakat (Irawan, 2020). Mitra pengabdian baik dari pihak pejabat desa, pengurus BUM Desa Mitra Puspita ataupun para pelaku UMKM diajak untuk berpikir besar sehingga tujuan dan harapan di masa depan dapat tergambar dengan jelas.

Setelah memikirkan dan mengeksplorasi harapan dancita-cita yang diharapkan di masa depan, tahapan selanjutnya adalah design atau merancang. Pada tahap ini mitra pengabdian diajak untuk merumuskan strategi, langkah-langkah, sistem dan rencana apa yang akan dilakukan selanjutnya sebagai sarana untuk mewujudkan hasil dan cita-cita yang ingin dicapai. terutama berkaitan dengan penggunaan digital marketing sebagai upaya untuk meningkatkan branding dan pendapatan. Pada tahapan ini, hal-hal positif yang pernah dialami di masa lalu ditransformasikan menjadi pendorong untuk mendukung terwujudnya cita-cita mitra pengabdian.

Tahap berikutnya adalah *destiny* atau pelaksanaan. Pada tahapan ini subjek pengabdian diajak untuk berkolaborasi mengimplementasikan rancangan program yang sudah ditetapkan sebelumnya yaitu dengan mengikuti pelatihan pemanfaatan digital marketing yaitu pembuatan website bagi organisasi dan unit usaha yang mereka kelola.

Program pengabdian kepada masyarakat ini diimplementasikan di Desa Kutukulon Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. Dengan jumlah subjek yang menjadi mitra pengabdian berjumlah 20 orang dari unsur pengurus, mitra BUM Desa dan para pelaku UMKM. Kegiatan pelatihan digital marketing ini merupakan salah satu bentuk dari penerapan tri dharma perguruan tinggi bagi civitas akademik IAIN Ponorogo yaitu pengabdian kepada masyarakat. Dengan berdirinya fakultas ekonomi dan bisnis islam, sudah selayaknya bagi civitas akademik di lingkungan fakultas ekonomi dan bisnis islam baik bagi para dosen maupun mahasiswa untuk memperhatikan isu-isu terkait dengan isu ekonomi dan sosial di sekitar kampus IAIN Ponorogo (Taufik et al., n.d.)

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berbentuk pelatihan dan pendampingan bagi pengelola BUM Desa Kutukulon, Jetis, Ponorogo. Selanjutnya, setelah pengelola diberikan pelatihan, pengelola diberikan bimbingan dan pendampingan untuk menerapkan strategi pemasaran dengan membuat website selanjutnya mengiklankan produk dan Brand melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai yang telah dijelaskan sebelumnya, pendekatan ABCD yang dipilih sebagai metode dalam pengabdian ini. Tahapan-tahapan dalam metode ABCD seperti Inkulturasi, discovery, dream, designe, destiny diuraikan dalam penjelasan berikut ini:

a) Inkulturasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didahului dengan proses perizinan yang ditujukan kepada berbagai pihak, yaitu: (1) Ketua BUM Desa Kutukulon (2) Kepala Desa Kutukulon dan (3) Satgas Covid-19 Desa Kutukulon. Proses perizinan dilakukan dengan pengajuan surat izin atau surat pengantar dari LPPM IAIN Ponorogo yang memberikan tugas kepada peneliti untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset yang dijadwalkan akan dilaksanakan hari

Sabtu, tanggal 3 Juli 2021 bertempat di balai desa Kutukulon Jetis Ponorogo.

Rencana program kegiatan yang masih pada situasi dan kondisi pandemi, mengharuskan perizinan tidak hanya melibatkan pihak Bum Desa dan aparat desa tetapi juga harus mendapatkan izin dari Satgas Covid-19 desa Kutukulon yang bertanggung jawab terhadap penanganan Covid-19 di desa.

Berdasarkan surat dari pihak pemerintah desa Nomor: 400/387/405.30.09.02/2021 yang ditandatangani oleh Kepala Desa Kutukulon Supriyono. Dengan memperhatikan kasus Covid-19 yang terjadi di tengah masyarakat desa Kutukulon yang meningkat dalam beberapa hari terakhir ini serta penerapan PPKM Darurat di Ponorogo, maka atas izin yang diajukan oleh peneliti maka kegiatan pengabdian berbasis riset yang rencananya akan dilaksanakan pada tanggal 03 Juli 2021 harus ditunda sampai batas waktu yang belum bisa ditentukan. Sehingga, kami tim peneliti memutuskan untuk menunda pelaksanaan kegiatan pengabdian pemanfaatan digital marketing minimal hingga selesainya pelaksanaan PPKM Darurat yaitu tanggal 20 Juli 2021. Setelah selesainya PPKM Darurat tim peneliti akan mengkonfirmasi kembali kepada pihak desa Kutukulon terkait dengan pelaksanaan kegiatan ini. Dan setelah dilakukan komunikasi dengan berbagai pertimbangan, akhirnya program pengabdian dapat dilaksanakan pada tanggal 7 Agustus 2021 bertempat di Balai Desa Kutukulon, Jetis Ponorogo.



Gambar penyerahan surat izin pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada pemerintah desa Kutukulon

b) *Discovery* atau Menemukan

Pada tahapan *discovery* informasi dari subjek pengabdian dieksplorasi untuk menemukan hal-hal yang positif, pengalaman-pengalaman serta kesuksesan di masa lalu yang pernah diraih dan berbagai potensi yang dimiliki oleh BUM Desa dan para pelaku UMKM. Hasil dari tahap *discovery* ini adalah ditemukannya berbagai pengalaman-pengalaman positif dan aset yang dapat digunakan untuk mendukung proses pemberdayaan masyarakat.

Pertama, aset yang berupa sumber daya manusia yang potensial, yaitu para pengurus dan mitra BUM Desa Mitra Puspita yang mayoritas adalah pemuda usia produktif dan perpaduan antara generasi X dan generasi milenial. Dengan pengurus yang termasuk ke dalam kategori milenial tersebut, tentunya menjadi aset yang potensial bagi BUM Desa Sementara dilihat dari sisi UMKM sendiri sumber daya

manusianya juga merupakan aset yang berpotensi untuk dikembangkan. Meskipun beberapa UMKM dikelola oleh masyarakat yang sudah tidak muda lagi dan bukan dari generasi milenial yang mengikuti perkembangan teknologi, tetapi mereka memiliki pemikiran yang terbuka (open minded) dan keinginan untuk berkembang (growth mindset). Sehingga, kondisi tersebut dapat dijadikan sebagai modal yang baik untuk digunakan sebagai objek pengabdian masyarakat.



Gambar wawancara bersama dengan kepala desa dan sekretaris desa Kutukulon

Kedua, aset berupa unit-unit usaha milik BUM Desa dan produk-produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM. Unit usaha BUM Desa terdiri dari tiga unit usaha, yaitu unit usaha ATK, unit usaha sablon dan unit usaha pupuk organik. Ketiganya merupakan unit usaha yang saat ini dan di masa depan potensinya masih bisa terus dikembangkan. Dari ketiga unit usaha tersebut, unit usaha sablon dengan brand “Seje” menjadi unit usaha yang memiliki perkembangan paling baik. Produk-produk yang dihasilkan oleh unit usaha sablon terbukti berkualitas dan dapat diterima oleh pasar. Sedangkan unit usaha pupuk organik dengan brand “Bio Puspita” sebenarnya juga tidak kalah potensinya. Semakin maraknya kampanye untuk beralih dari pertanian yang menggunakan bahan-bahan kimia menuju penggunaan bahan-bahan organik sebagai pupuk untuk tanaman pertanian tentunya juga menjadi aset potensial yang layak untuk dikembangkan lebih lanjut.



Gambar FGD bersama para pelaku UMKM

Ketiga, ketersediaan dan kelancaran akses sinyal internet yang baik. Di desa Kutukulon khususnya dan di Kecamatan Jetis, seluruh penyedia layanan internet sudah menjangkau desa. Bahkan, di beberapa titik terdapat fasilitas wifi termasuk di balai desa Kutukulon. Akses internet yang mudah tersebut, tentu menjadi modal utama untuk mendorong digitalisasi pemasaran dari BUM Desa maupun para pelaku UMKM.

Keempat, kepemilikan telepon pintar atau smartphone yang telah dimiliki oleh seluruh subjek program pengabdian masyarakat. Keberadaan smartphone tersebut tentu menjadi pendukung dapat digunakannya pemasaran berbasis digital bagi BUM Desa dan para pelaku UMKM.

Dream atau Impian

Setelah identifikasi aset potensial yang dimiliki oleh BUM Desa dan para pelaku UMKM, tahapan selanjutnya adalah tahapan dream. Pada tahapan ini subjek pengabdian diminta untuk menyampaikan dan mengeksplorasi cita-cita dan impian mereka. Tidak hanya bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi organisasi dan bagi masyarakat pada umumnya. Subjek pengabdian didorong untuk memikirkan hal-hal besar yang ingin dicapai di masa yang akan datang. Bagi pengurus BUM Desa tentunya diminta untuk mengeksplorasi harapan-harapan terkait dengan tujuan pendirian BUM Desa. Sedangkan bagi para pelaku UMKM diminta untuk mengeksplorasi impian terkait perkembangan usahanya di masa depan. Dari hasil diskusi yang dilakukan, berikut ini dapat diidentifikasi beberapa impian dari mereka adalah sebagai berikut. Bagi BUM Desa, pertama, tercapainya tujuan utama didirikannya BUM Desa yaitu dapat ikut berkontribusi terhadap pendapatan asli desa. Kedua, BUM Desa lebih dikenal lagi oleh masyarakat. Ketiga, pengurus berharap agar kehadiran BUM Desa memberikan dampak yang nyata bagi perekonomian desa dan dapat ikut memberdayakan masyarakat desa, khususnya masyarakat desa Kutukulon.

Sedangkan dari sisi para pelaku UMKM beberapa impian mereka diantaranya adalah sebagai berikut. Pertama, peningkatan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk. Kedua, jangkauan pemasaran yang lebih luas dibandingkan saat ini.



Gambar wawancara dengan ketua BUM Desa MitraPuspita

c) **Design atau Merancang**

Tahapan merancang dilakukan dengan mengajak subjek pengabdian kepada masyarakat untuk merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk mencapai mimpi-mimpi mereka khususnya yang berhubungan dengan pembuatan website.

Perubahan ke arah yang lebih baik daripada sebelumnya menjadi sebuah tujuan dilakukannya tahapan ini. Hal-hal positif yang pernah lalu di masa lalu kemudian ditransformasikan menjadi kekuatan untuk mendukung terrealisasinya impian dan harapan mereka.

Karena waktu dan sumber daya lain untuk melaksanakan kegiatan pengabdian memiliki keterbatasan. Maka, tidak semua impian yang diharapkan subjek pengabdian dapat difasilitasi. Sehingga, perlu ditentukan mimpi yang realistis yang dapat diselesaikan sesuai dengan waktu dan sumber daya yang tersedia. Konsep digital marketing yang luas, mengharuskan dipilihnya salah satu platform media digital yang paling penting dan utama. Pemilihan platform ini juga didasarkan pada kebutuhan jangka panjang dari subjek pengabdian. Sehingga, dipilih pelatihan pembuatan website sebagai fasilitas untuk meningkatkan branding dan pendapatan BUM Desa Kutukulon dan para pelaku UMKM. Website ini diharapkan dapat digunakan oleh BUM Desa sebagai sarana untuk mensosialisasikan profil organisasi dan produk yang dihasilkan oleh masing-masing unit usaha yang dimiliki. Di sisi lain, bagi para pelaku UMKM website diharapkan selain sebagai media untuk mengenalkan barang-barang yang mereka jual, juga digunakan sebagai sebuah landing page yang berfungsi untuk menjaring konsumen melakukan transaksi. Dengan adanya website bagi BUM Desa dan para pelaku UMKM ini, akan ditujukan agar branding dari BUM Desa dan UMKM bisa lebih terangkai, apalagi di era digital seperti sekarang ini.

d) Destiny atau pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan, para pengurus BUM Desa dan para pelaku UMKM diajak secara bersama-sama untuk menempuh strategi guna mewujudkan mimpi mereka. Subjek pengabdian bersama dengan tim pengabdian masyarakat melaksanakan kegiatan pelatihan digital marketing. Tahapan ini terbagi menjadi dua kegiatan yaitu: Pertama, tahapan pelatihan pembuatan website sebagai landing page untuk organisasi dan kegiatan usaha yang dimiliki oleh mitra. Kedua, pendampingan dengan melakukan penataan template website dan pembuatan Fanspage Facebook serta setting Facebook Ads. Masing-masing kegiatan dalam tahapan destiny dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, pelaksanaan program pelatihan pembuatan website. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebenarnya dijadwalkan dilaksanakan pada tanggal 7 Agustus 2021 mulai pukul 08.00 s/d

12.00. Bertempat di desa Kutukulon Jetis Ponorogo. Jumlah peserta yang akan mengikuti kegiatan ini berjumlah kurang lebih 20 peserta yang terdiri dari unsur pengurus, mitra BUM Desa Kutukulon dan para pelaku UMKM di Jetis Ponorogo. Hal tersebut sesuai dengan pendataan yang telah tim peneliti lakukan bahwa jumlah peserta dari unsur BUM Desa berjumlah 14 orang sementara dari unsur UMKM berjumlah 6 peserta.

Sebelum kegiatan pelatihan dari pemateri utama yaitu bapak Luthfi Hasani dari Okweb Indonesia acara dibuka dengan sambutan dari ketua peneliti, Ketua BUM Desa, Sekretaris Desa. Ketua tim peneliti menyampaikan kepada para peserta bahwa kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan pendapatan dan branding BUM Desa Kutukulon dan para pelaku UMKM Kecamatan Jetis Ponorogo ini merupakan implementasi dari tri dharma perguruan tinggi, yaitu di bidang pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan website yang dilaksanakan merupakan kegiatan untuk belajar bersama. Tim pengabdian dalam kesempatan pelatihan bukan hanya sebagai pihak yang memberikan materi, tetapi dalam hal ini juga pihak yang belajar bersama para mitra. Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata kepada para mitra dalam hal ini BUM Desa dan para pelaku UMKM. Sehingga, tujuan utama dari program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh tim dari IAIN Ponorogo benar-benar tercapai yaitu meningkatkan pendapatan dan branding, baik BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon maupun para pelaku UMKM yang menjadi peserta pengabdian.



Gambar Pelaksanaan Pelatihan Pembuatan Website di Balai Desa Kutukulon

Sesi selanjutnya giliran penyampaian dari pihak pemerintah Desa Kutukulon yang diwakili oleh sekretaris desa Kutukulon yaitu bapak Hanif. Beliau mengemukakan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh IAIN Ponorogo ini sangat relevan dengan kondisi saat ini. Digitalisasi menjadi sebuah hal yang harus dilakukan juga oleh BUM Desa. Beliau juga menyampaikan harapannya agar di masa depan, BUM Desa Mitra Puspita dapat memberikan kontribusi kepada pendapatan asli desa. Karena hal tersebut merupakan salah satu amanat dari Undang-undang yang mengatur tentang pendirian BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon.

Setelah penyampaian yang dikemukakan oleh ketua tim pengabdian masyarakat, berikutnya adalah sambutan yang disampaikan oleh ketua BUM Desa Kutukulon yaitu

Danang Dwi Widagdo. Dalam menyampaikan sambutannya, ketua BUM Desa mengucapkan terima kasih kepada tim pengabdian masyarakat dari IAIN Ponorogo yang telah berkenan untuk memberikan pelatihan pemanfaatan digital marketing dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan branding BUM Desa Kutukulon Kecamatan dan para pelaku UMKM di Kecamatan Jetis Ponorogo. Dalam penuturannya juga disebutkan bahwa dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini BUM Desa seolah-olah mendapatkan berkat dari tim pengabdian masyarakat IAIN Ponorogo untuk mendapatkan ilmu berkaitan dengan digital marketing bagi para pengurus BUM Desa Mitra Puspita.



Gambar Penyampaian dari Ketua BUM Desa Mitra Puspita

Setelah penyampaian dari wakil pemerintah desa kegiatan dilanjutkan dengan sesi acara inti yaitu pelatihan website yang dipandu oleh Muhammad Lutfi Hasani dari Okeweb Indonesia. Berikut merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan selama kegiatan pelatihan berlangsung:

Pertama, memberikan pengenalan tentang apa itu website secara umum. Pada sesi ini dijelaskan bagaimana awal mula sejarah ditemukannya website. Kemudian juga dijelaskan jenis-jenis website, hosting, dan domain. Tujuan dari penjelasan yang dilakukan adalah memberikan pengantar pengetahuan sekaligus motivasi bagi para peserta pelatihan untuk bersemangat dalam pembuatan website.

Kedua, narasumber dan tim pelatihan meminta kepada para peserta untuk menentukan nama domain yang akan digunakan dalam website mereka masing-masing. Pada tahapan ini dipastikan bahwa seluruh permintaan alamat domain dari peserta masih tersedia dan belum pernah dipakai oleh pihak lainnya.

Ketiga, setelah dipastikan bahwa domain yang ingin dipakai oleh subjek pengabdian masih tersedia, narasumber pelatihan melakukan registrasi terhadap domain-domain tersebut. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendaftarkan alamat domain untuk dijadikan alamat website bagi para peserta pelatihan.

Keempat, tim pelaksana pengabdian mulai melakukan registrasi domain yang telah terdaftar untuk memperoleh hosting.

Kelima, tim pelaksana bersama masyarakat dampingan mulai menginstal wordpress pada hosting yang telah dimiliki masing-masing. Selanjutnya

mengintegrasikannya dengan domain yang telah diregistrasi sebelumnya.

Keenam, tim pelaksana bersama-sama dengan subjek pengabdian menginstal template dan mulai memposting artikel dan foto pada website yang sudah siap untuk digunakan.



Gambar Tampilan Website unit usaha Sablon Seje dengan alamat domain www.sejescreenprinting.com milik BUM Desa



Gambar Tampilan Website unit usaha Madu Wafa dengan alamat domain www.maduwafa.com milik Ibu Vina





Gambar Tampilan Website unit usaha Roti dan Sosis Telur dengan alamat domain www.sostelbangipul.com milik Ibu Vita Marisa



Gambar Tampilan Website UMKM Warkop grs 58 dengan alamat domain www.warkopgrs58.com



Gambar Tampilan Website unit usaha Kue Kering Yumna Cookies dengan alamat domain www.yumnacookies.com milik Ibu Anik

Gambar Tampilan Website Unit Usaha Keripik Ketan dengan alamat domain www.keripikketanponorogo.com milik Ibu Endah

e) Refleksi

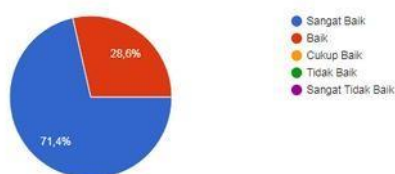
Setelah serangkaian program pengabdian masyarakat dilaksanakan, sebagai upaya untuk mengetahui tingkat keberhasilan dilakukan refleksi dan evaluasi. Refleksi dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada peserta pengabdian. Kuesioner ditujukan untuk mengetahui sejauh mana penilaian atau umpan balik dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Peserta diberikan beberapa pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden diantaranya adalah: Pertama, bagaimana aspek kemanfaatan yang dirasakan oleh subjek dampingan terhadap program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan. Kedua, tingkat kesesuaian program

pengabdian dengan kebutuhan organisasi atau usaha yang dimiliki. Ketiga, ketersediaan waktu pelatihan yang dialokasikan. Keempat, penilaian program pengabdian masyarakat secara umum. Hasil dari umpan balik dapat dijadikan sebagai salah satu indikator keberhasilan program pengabdian masyarakat dan juga indikator tingkat kepuasan subjek dampingan terhadap program pengabdian yang telah dilaksanakan.

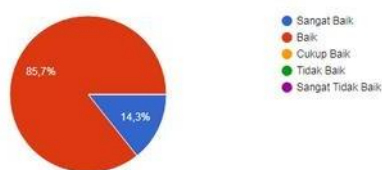
Kesuksesan sebuah program pengabdian kepada masyarakat bagi kehidupan masyarakat dampingan sesungguhnya baru dapat dirasakan pengaruhnya ketika program pengabdian telah diimplementasikan dalam waktu yang tidak sebentar. Meskipun demikian, setelah dilakukan pelatihan perlu dilakukan evaluasi sejauh mana ketercapaian tujuan pengabdian yang diharapkan berdasarkan testimoni dan penilaian dari masyarakat dampingan.

Masyarakat yang menjadi objek pengabdian diminta untuk mengisi kuesioner untuk mengetahui dan menganalisis persepsi mereka terhadap pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang diikuti. Berikut ini merupakan penjabaran dari angket kuesioner persepsi mitra pengabdian terhadap pelaksanaan program pengabdian.

Bagaimana MANFAAT program pengabdian masyarakat yang telah anda ikuti terhadap organisasi/usaha anda?
14 jawaban



Bagaimana KETERSEDIAAN waktu dari program pengabdian masyarakat yang telah anda ikuti?
14 jawaban



Grafik 1 Hasil Umpan Balik Manfaat yang Dirasakan atas Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Berdasarkan hasil umpan balik pada Grafik 1 tersebut, diperoleh data bahwa 71,4% masyarakat yang menjadi responden menyatakan bahwa, dari aspek kemanfaatan, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan manfaat yang sangat baik, sedangkan sisanya yaitu 28,6% responden menyatakan baik. Kesimpulannya, masyarakat yang menjadi objek dampingan merasakan manfaat yang sangat baik dari program pengabdian yang telah dilaksanakan.

Bagaimana KESesuaIAN program pengabdian masyarakat yang telah anda ikuti terhadap KEBUTUHAN organisasi/usaha anda?
14 jawaban



Grafik 2 Hasil Umpan Balik Kesesuaian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Kebutuhan Organisasi/Usaha.

Pada grafik 2 disajikan data tentang sejauh mana kesesuaian program pengabdian masyarakat terhadap kebutuhan organisasi/usaha masyarakat dampingan. Data yang diperoleh menyebutkan bahwa 57,1% responden menyatakan sangat baik dan 42,9% menyatakan sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa menurut masyarakat dampingan, program pengabdian masyarakat telah sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh organisasi atau usaha yang dijalankan.

Grafik 3 Hasil Umpan Balik Kesesuaian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Kebutuhan Organisasi/Usaha. Dari data yang disajikan pada Grafik 3, diperoleh informasi bahwa terkait dengan ketersediaan waktu yang dialokasikan selama program pengabdian, masyarakat dampingan menilai baik berjumlah 85,7% responden sedangkan 14,3% menilai sangat baik. Hal ini mengindikasikan waktu yang dialokasikan untuk program pengabdian dinilai sudah baik, meskipun masih kedepannya masih perlu ditingkatkan kembali. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah masyarakat yang menilai sangat baik, memiliki selisih yang cukup signifikan dibandingkan dengan yang menilai baik.

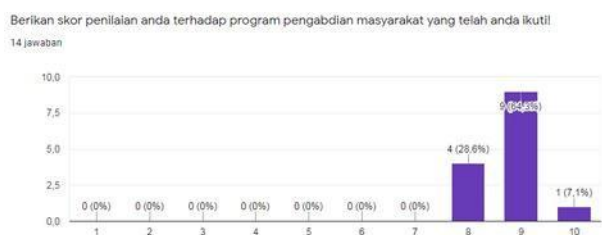
Secara umum, bagaimana penilaian anda terhadap program pengabdian masyarakat yang telah anda ikuti?
14 jawaban



Grafik 4 Hasil Umpan Balik Penilaian Masyarakat Dampingan Secara Umum Terhadap Program Pengabdian Kepada Masyarakat.

Hasil yang menggembirakan juga dapat dilihat pada Grafik 4. Informasi yang disajikan berdasarkan umpan balik dari masyarakat dampingan mengisyaratkan

bahwa secara umum program pengabdian masyarakat mendapatkan nilai sangat baik dari 50% responden dan juga 50% responden lainnya menilai baik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian masyarakat ini telah berjalan dengan baik sesuai dengan harapan. Selain itu hasil ini juga didukung oleh nilai yang ditunjukkan dalam Grafik 5 yang diperoleh data bahwa dari rentan nilai 1-10, 64,3% responden memberikan nilai 9 sedangkan 28,6% memberikan nilai 8 dan sisanya yaitu 7,1% memberikan nilai 10. Simpulan yang dapat ditarik dari umpan balik tersebut adalah, secara umum, masyarakat dampingan merasa puas dan menilai baik terhadap program pengabdian yang telah dilaksanakan.



Grafik 5 Hasil Umpan Balik Penilaian Masyarakat Dampingan Terhadap Program Pengabdian Kepada Masyarakat.

KESIMPULAN

Pendirian BUM Desa Mitra Puspita Kutukulon Kecamatan Jetis Ponorogo memiliki tujuan agar penyertaan modal dari alokasi dana desa yang dikontribusikan oleh pemerintah desa dapat menghasilkan keuntungan. Dengan berdirinya usaha yang dimiliki desa, diharapkan bisa menjadi sumber penghasilan asli daerah tambahan bagi desa. Namun, sejak berdiri dari tahun 2016 sampai sekarang, BUM Desa Kutukulon belum dapat memberikan kontribusi pendapatan kepada pemerintah Desa. Hal ini mengharuskan terjadinya perubahan terhadap pengelolaan BUM Desa, khususnya di bidang pemasaran agar menjadi lebih terdigitalisasi. Padahal, BUM Desa Mitra Puspita memiliki aset yang potensial untuk dikembangkan. Tidak jauh berbeda dengan yang dialami oleh BUM Desa, para pelaku UMKM di Kecamatan Jetis Ponorogo juga perlu melakukan digitalisasi dalam aspek pemasarannya. Penggunaan website sebagai media informasi terkait dengan usaha yang dijalankan menjadi sebuah hal yang penting untuk segera diimplementasikan. Kondisi tersebut juga disebabkan karena, dari masyarakat sekitar kecamatan atau bahkan desa sendiri saja, ternyata banyak yang tidak mengetahui adanya BUM Desa dan produk-produk yang dihasilkan.

Secara umum, kegiatan pelatihan penggunaan digital marketing baik melalui website maupun media sosial yang telah dilaksanakan mendapatkan sambutan dan apresiasi yang baik oleh para peserta yang mengikuti pelatihan. Kendati demikian, proses pelatihan tetap harus dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan yang berkelanjutan hingga seluruh peserta benar-benar siap untuk secara mandiri mampu

mengelola dan memanfaatkan website yang telah dibuat. Sehingga, maksud dan tujuan kegiatan pengabdian dapat dicapai tepat sasaran dan efektif, sesuai dengan yang direncanakan dan diharapkan. Beberapa aspek masih belum mampu dilaksanakan dengan baik oleh program pengabdian ini. Dari aspek metode pengabdian yaitu ABCD juga masih terdapat kekurangan. Meskipun metode ABCD dengan pendekatan appreciative inquiry yang dipilih sebagai metode pengabdian, namun dalam implementasinya masih belum sepenuhnya sesuai dengan yang seharusnya. Selain itu, dari aspek tema program pengabdian yang sebenarnya menginginkan pemanfaatan digital marketing yang komprehensif juga masih terdapat kekurangan. Aspek digital marketing yang dapat diimplementasikan masih sebatas pada pembuatan website dan pembuatan Facebook fanspage dan WhatsApp untuk bisnis. Padahal cakupan digital marketing tidak hanya sebatas hal-hal tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan program pengabdian yang berkelanjutan agar kecakapan para pengurus BUM Desa Mitra Puspita dan para pelaku UMKM di Kecamatan Jetis Ponorogo menjadi lebih terbiasa dengan platform- platform tersebut yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan dan Branding BUM Desa Kutukulon dan UMKM juga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dan LPPM yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui dana DIPA.

REFERENSI

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet di Indonesia 2018. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- Mcknight, J. (1988). *Asset - Based Community Development : The Essentials*. 1–4.
- Padil, M., Miftahusyai'an, M., & Mulyoto, G. P. (2021). Pendampingan Pemasaran Digital Hasil Usaha Badan Usaha Milik Desa "Selo Angon Makmur" dalam Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Pandemi Covid-19. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 250–267. <https://doi.org/10.29062/engagement.v5i1.511>
- Radjab, E., Tj, T. A., Jurusan, D., Niaga, A., Negeri, P., & Pandang, U. (2017). *PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA PEMASARAN*. 2017, 292–295.

Salahuddin, N. (2015). Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya Asset Based Community-Driven Development (ABCD).

Taufik, A., Hidayat, A. T., Pujiati, L., Hidyati, N., Hendrawan, S. A., & Suprpto, S. (n.d.). *Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Lestari Desa Bandung Kecamatan Diwek Jombang*. 2(1),15–20.

<https://www.desakutukulon.com/>, Diakses pada: 21Februari 2020

<https://pddi.kemendes.go.id/desa?id=3502092002>, Diakses pada: 17 Maret 2020

\