

Pelatihan Pemanfaatan *Google Maps* dalam Promosi Destinasi Wisata: Mengangkat Potensi Padma Agrowisata dalam Meningkatkan Visibilitas *Online* Wisata Desa

Francisca Valentiana¹, Aisyah Zulfan Fadhilah², Moh. Handika Akbar Syah², Haris
Andhika Putra³, Mohamad Wildan Fawa'id⁵

IAIN Kediri

*franciscavalentiana@gmail.com*¹

Article Info

Volume 2 Issue 1
Maret 2024

Article History

Submission: 03-09-2023

Revised: 20-03-2024

Accepted: 28-03-2024

Published: 31-03-2024

Kata Kunci:

Agrowisata, Ekonomi,
Pemasaran, Promosi

Keywords:

Agrotourism, Economy,
Marketing, Promotion



Welfare: Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a
Creative Commons Attribution-Share
Alike 4.0 International License.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas online Padma Agrowisata, sebuah Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) di Desa Pandantoyo, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri, melalui pelatihan pemanfaatan *Google Maps* dalam promosi destinasi wisata. Metode pengabdian yang digunakan adalah *Participatory Action Research (PAR)*, yang melibatkan partisipasi aktif dari pemilik usaha, pemerintah desa, dan masyarakat sekitar. Melalui *PAR*, dilakukan pelatihan intensif tentang cara memanfaatkan fitur *Google Maps* untuk meningkatkan eksposur Padma Agrowisata secara online. Hasil dari pengabdian ini adalah meningkatnya visibilitas Padma Agrowisata secara signifikan, dengan membuat destinasi wisata tersebut dikenal oleh lebih banyak orang melalui platform online. Dengan demikian, pengabdian ini bertujuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa melalui peningkatan jumlah pengunjung dan pendapatan dari sektor pariwisata, serta memberikan manfaat positif bagi masyarakat setempat..

Abstract

This community service aims to increase the online visibility of Padma Agrowisata, a village-owned enterprise (Bumdes) in Pandantoyo Village, Ngancar District, Kediri Regency, through training on the use of *Google Maps* in promoting tourist destinations. The service method used is *participatory action research (PAR)*, which involves active participation from business owners, village governments, and the surrounding community. Through *PAR*, intensive training was carried out on how to utilize the *Google Maps* feature to increase Padma Agrowisata's exposure online. The result of this dedication is that Padma Agrowisata's visibility has significantly increased by making this tourist destination known to more people through online platforms. Thus, this service aims to support village economic growth by increasing the number of visitors and income from the tourism sector, as well as providing positive benefits for the local community.

1. PENDAHULUAN

Dalam Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa, Pendapatan Asli Desa (PADes) merupakan pendapatan yang berasal dari kewenangan desa berdasarkan hak asal usul dan kewenangan lokal desa, Pendapatan Asli Desa terdiri dari hasil usaha, hasil aset, swadaya, dan partisipasi, gotong royong dan lain-lain. Pendapatan Asli Desa (PADes) juga menjadi salah satu sumber pendapatan desa yang digunakan untuk memperkuat keungan desa dalam pembangunan dan pengelolaan desa. Berdasarkan Pasal 76, ayat (1) Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa, bahwa yang dimaksud dengan pendapatan asli desa ialah dapat

berupa tanah kas desa, tanah ulayat, pasar desa, pasar hewan, tambatan perahu, bangunan desa, pelelangan ikan, pelelangan hasil pertanian, hutan milik desa, mata air milik desa, pemandian umum, dan asset lain milik desa.

Peningkatan kemandirian desa sangat erat kaitannya dengan kemampuan desa dalam mengelola Pendapatan Asli Desa (PADes). Semakin tinggi kemampuan desa dalam menghasilkan PADes, maka semakin besar pula diskresi/keleluasaan desa untuk menggunakan PADes tersebut sesuai dengan aspirasi, kebutuhan, dan prioritas pembangunan desa. Pada era Otonomi Daerah Pemerintah Desa diberikan kewenangan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) tanpa campur tangan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Tetapi yang perlu diingat oleh pemerintah desa, bahwa kebebasan yang dimiliki bukanlah kebebasan yang disalahgunakan yang pada akhirnya dapat memberatkan masyarakat.

Agrowisata merupakan suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan potensi usaha pertanian baik teknologi pertanian dan komoditas pertanian yang didalamnya terdapat persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan, sampai hasil panen siap dipasarkan dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman wisata atau rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian serta dapat meningkatkan nilai tambah kegiatan dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Indonesia sebagai negara agraris memiliki potensi besar dalam pengembangan agrowisata dengan memanfaatkan keanekaragaman Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Pertanian yang melimpah. Pengembangan agrowisata di Indonesia terbilang lumayan banyak hingga saat ini. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya objek pariwisata dari berbagai daerah yang mengandalkan objek maupun produk pertanian sebagai atraksi wisatanya.

Kecamatan Ngancar merupakan salah satu daerah di wilayah Kabupaten Kediri yang terkenal dengan wisata keindahannya yaitu wisata Gunung Kelud. Selain itu juga banyak tempat wisata yang lumayan banyak disekitar gunung kelud. Kecamatan Ngancar juga terkenal dengan pertaniannya yaitu tanaman nanas, buah-buahan, kayu jati, kayu mahoni, kayu sengon, kayu basah, dan tebu yang jumlah lahannya lebihnbanyak daripada lahan perkebunan nanas. Faktor wilayah geografis yang terletak di daerah pegunungan atau dataran tinggi menjadikan Kecamatan Ngancar sebagai daerah penghasil komoditi pertanian yang banyak dan beranekaragam. Di Desa Pandantoyo terdapat salah satu potensi yang cukup besar untuk dikelola oleh Pemerintah Desa yang berpotensi sebagai Pendapatan Asli Desa (PADes), diantaranya adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang didalamnya terdapat bidang usaha pariwisata yakni Padma Agrowisata. Pengembangan BUMDes menjadi salah satu program yang menarik perhatian banyak pihak. BUMDes disatu sisi dilihat sebagai sebuah badan usaha yang sarat akan unsur pencairan profit sedangkan di sisi lain harus memberikan benefit kepada masyarakat desa (Rafael, 2018). Hal ini tentunya mengubah paradigma terhadap badan usaha yang pada umumnya identik menjadi profit sebesar-besarnya. BUMDes hadir membawa harapan baru bagi masyarakat dengan mengusung konsep social entrepreneurship yang kini dielukan dan disinyalir dapat mengentaskan berbagai permasalahan sosial khususnya kemiskinan. Upaya desa dalam meningkatkan pendapatan desa salah satunya yaitu dengan memaksimalkan adanya potensi dan sumber daya yang ada agar bisa menjadi penerimaan pendapatan desanya. Potensi Padma Agrowisata yang dikelola oleh Badan Usaha

Milik Desa didalamnya terdapat kolam renang dan kebun buah-buahan seperti buah kelengkeng, buah Nangka, buah papaya, buah jambu air, buah jambu biji, buah jeruk, dan buah durian.

Pengembangan potensi Padma Agrowisata seharusnya juga dapat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar serta kesejahteraan para petani karena adanya perubahan sosial suatu daerah ketika terdapat objek wisata di Desa Pandantoyo. Keberadaan wisatawan dapat menunjang sumber pendapatan bagi Masyarakat sekitar. Pemasaran digital menjadi peluang nyata bagi seluruh usaha di era industri 4.0. Namun, berdasarkan penelitian, pengamatan, dan wawancara kepada pengurus Bumdes dan para warga sekitar, Padma Agrowisata masih sedikit jumlah pengunjungnya. Hal ini dikarenakan kurangnya pengenalan wisata yang ada. Terbukti dari warga sekitar saat ditanya belum mengetahui dan paham dengan Padma Agrowisata. Selain itu, media sosial Padma Agrowisata yang tidak aktif yang disebabkan oleh kurangnya kesadaran bahwa media sosial merupakan platform penting dalam mengenalkan sebuah usaha. Hal ini akan berdampak pada pendapatan Padma Agrowisata sendiri, sehingga juga akan berpengaruh pada pendapatan desa serta warga sekitar yang mempunyai usaha. Pada zaman sekarang ini promosi dalam penjualan sangat dimudahkan dengan adanya pemasaran digital. Sehingga pemasaran wisata juga sangat diperlukan dalam pengembangan potensi Padma Agrowisata.

Maka, dibutuhkan pengabdian dalam bentuk pelatihan pemanfaatan Google Maps untuk mempromosikan destinasi wisata, khususnya untuk mengangkat potensi Padma Agrowisata dan meningkatkan visibilitasnya secara online. Melalui pelatihan ini, diharapkan pemilik usaha dan pemerintah desa dapat memahami cara efektif menggunakan Google Maps sebagai alat promosi yang kuat dan dapat diakses oleh banyak orang. Dengan meningkatnya eksposur online, Padma Agrowisata dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata. Selain itu, dengan adanya pelatihan ini, masyarakat sekitar juga dapat turut mendukung promosi destinasi wisata desa mereka, sehingga memberikan dampak positif bagi pengembangan ekonomi dan kesejahteraan lokal.

2. METODE

Adapun pengabdian ini dilakukan di Padma Agrowisata yang merupakan salah satu bidang usaha di Bumdes (Badan Usaha Milik Desa) desa Pandantoyo, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri. Sesuai dengan masalah tersebut, maka jenis metode penelitian yang digunakan dalam jurnal pengabdian ini dengan metode *Participatory Action Research (PAR)*. Metode PAR merupakan metode penelitian yang melibatkan masyarakat dan komunitas tertentu didalamnya agar melakukan pembebasan masyarakat dari ideologi tertentu. Tahapan yang dilakukan dalam metode ini adalah observasi, pengumpulan data, monitoring atau aksi, dan evaluasi. Data yang diperoleh berasal dari wawancara, foto, dokumen pribadi, dan catatan lainnya. Data yang telah didapat akan diinterpretasikan dalam pemaparan sehingga penulis mendapat kesimpulan dalam jurnal pengabdian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Pandantoyo, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri memiliki badan usaha yang bergerak pada bidang Agrowisata. Badan usaha ini bernama Padma Agrowisata yang merupakan kepanjangan dari Pandantoyo, Aman, Damai dan Mandiri yang bergerak di bidang perkebunan buah-buahan dan kolam renang. Lahan yang dipakai untuk mendirikan Padma Agrowisata merupakan tanah kas desa yang dialihkan untuk Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) sehingga menjadikan Padma Agrowisata menjadi salah satu sumber pendapatan Desa Pandantoyo. Sehingga pendapatan tersebut masuk dalam Pendapatan Asli Desa.

a) Perkebunan

Segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah dan atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai dan ideal untuk dapat dimanfaatkan sebagai objek dan daya tarik agrowisata yang kegiatannya dimulai dari pembibitan sampai hasil panen siap dipasarkan. Hal ini didasarkan pada setiap kegiatan dan proses pengusahaan perkebunan yang dapat dijadikan daya tarik atau atraksi yang menarik bagi wisatawan mulai dari persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan, sampai hasil panen siap dipasarkan. Perkebunan sebagai objek Padma Agrowisata terdiri dari tanaman buah-buahan yang terdiri dari beberapa jenis antara lain buah kelengkeng, buah nangka, buah pepaya, buah jambu air, buah jambu biji, buah jeruk, buah durian dengan luas lahan Padma Agrowisata sekitar 30 hektare. Dana Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) asli (Schunk, 2012a) dan Schunk (2012b) terjemahan. berasal dari penyertaan modal APBDesa dan dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) desa Pandantoyo yang hasilnya berupa omset dan sistem bagi hasil yang kemudian dibagi untuk operasional dan pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) sendiri, lalu sebagian juga dimasukkan ke Pendapatan Asli Desa. Hasil dari panen buah-buahan yang didapat dari Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) dijual langsung kepada pembeli dan sementara ini belum ada proses pengolahan tersendiri dari hasil panennya.

b) Kolam Renang

Daya tarik kolam renang sebagai objek agrowisata juga menjadi salah satu sumber keuntungan bagi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) desa Pandantoyo yang dimana kolam renang dibuka untuk umum dan untuk berbagai kalangan mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Kolam renang Padma Agrowisata dibuka setiap hari Sabtu dan Minggu saja, sedangkan setiap hari Jumat kolam renang dibersihkan air nya sehingga ke esokan harinya sudah siap dipakai. Harga tiket masuk ke dalam Padma Agrowisata relatif murah yaitu Rp 7.000 untuk semua kalangan dan sudah termasuk untuk wisata kolam renang dan perkebunan buahnya, selain itu juga terdapat beberapa kios makanan dan minuman yang berjejer di dalam Padma Agrowisata.

Dari potensi Padma Agrowisata yang ada di Desa Pandantoyo, seharusnya menjadi salah satu daya tarik wisatawan dari luar kota Kediri. Khususnya turis domestik yang sedang mengunjungi wisata Gunung Kelud. Perolehan pendapatan dari Padma Agrowisata juga dapat menambah dana operasional Bumdes sebagai pengembangan sarana dan prasarana wisata. Keuntungan yang diperoleh sebagian dimasukkan ke pendapatan asli desa, sehingga dapat menambah kas desa. Selain itu, warga sekitar pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Pandantoyo juga akan mendapat dampak baik, karena wisatawan yang berkunjung ke

Padma Agrowisata juga akan mengunjungi UMKM sekitar untuk sekedar membeli oleh-oleh. Akan tetapi, pengembangan Padma Agrowisata masih dipengaruhi oleh promosi dan pemasaran yang rendah. Akibatnya banyak masyarakat sekitar yang kurang menyadari potensi potensi yang ada di Padma Agrowisata. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi atau pengenalan wisata oleh pihak BumDes di bidang Agrowisata.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Salah satu elemen bauran pemasaran yakni promosi. Menurut Stanton dan Herdiana, promosi adalah salah satu dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat suatu usaha agar mendorong konsumen untuk membeli produk atau mengunjungi sebuah tempat.



Gambar 1. Penyerahan Sertifikat Pelatihan oleh Ketua Bumdes kepada Pemateri

1. Mengikuti Pelatihan Pemasaran

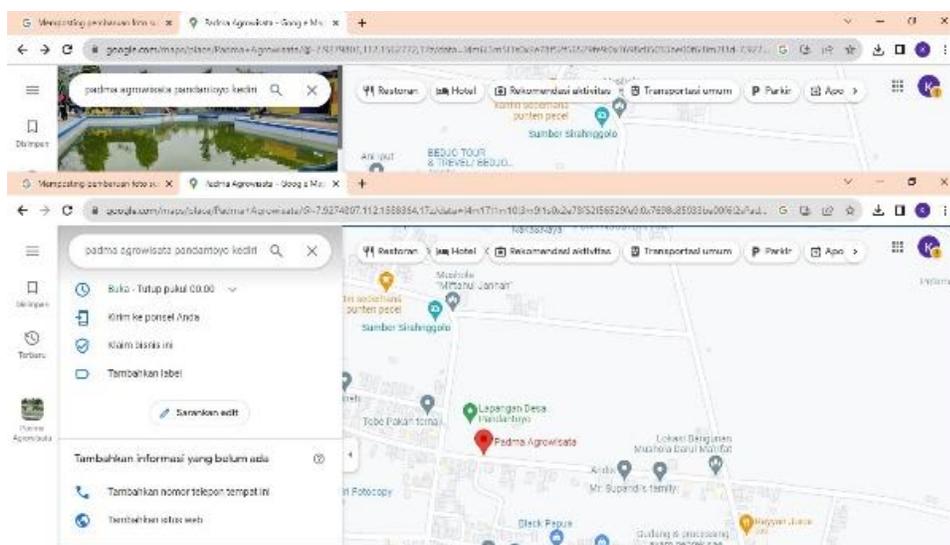
Pelatihan pemasaran dimaksudkan untuk memberi pengetahuan dan pengarahan bahwa promosi produk atau usaha sangat penting dilakukan demi kelangsungan hidup suatu usaha itu sendiri. Saat awal pembukaan usaha, pemasaran pasti selalu difikirkan dan sudah disiapkan. Namun, seiring berjalannya waktu pemasaran dan promosi harus mengikuti perkembangan zaman. Jika tidak, suatu usaha juga akan tertinggal dan berkurang peminatnya. Maka dari itu, mengikuti pelatihan pemasaran juga diperlukan untuk meningkatkan kualitas promosi dan pemasaran suatu usaha. Pada saat Kelompok KKN 118 mengadakan pelatihan, Ketua Bumdes mengikuti pelatihan tersebut untuk menggali ilmu untuk mengembangkan pemasaran yang dilakukan oleh bidang usaha di Bumdes Pandantoyo yakni Padma Agrowisata. Sehingga dengan mengikuti pelatihan dapat memperbaiki promosi dan pemasaran di Padma Agrowisata. Setelah mendapat ilmu dan pengetahuan mengenai promosi dan pemasaran, diharapkan Padma Agrowisata Desa Pandantoyo dapat berkembang menjadi lebih baik dan banyak yang mengenal.

2. Memperbaiki Promosi Agrowisata

Adapun hasil dari pencapaian kegiatan promosi Padma Agrowisata yang dilakukan adalah membuat Padma Agrowisata dikenal oleh banyak orang, khususnya dari daerah

Kabupaten Kediri dan sekitarnya. Dengan adanya promosi platform media sosial melalui akun media yang terkenal yaitu @kedirikekinian, membuat bertambahnya orang yang mengetahui dan melihat potensi Padma Agrowisata Desa Pandantoyo. Disamping itu, mengaktifkan kembali media sosial Padma Agrowisata yang sudah lama tidak ada aktifitas promosi. Hal ini juga sangat berpengaruh bagi kelangsungan usaha, karena pada zaman sekarang ini media sosial merupakan salah satu alat untuk mengembangkan suatu usaha.

Kegiatan yang selanjutnya dilakukan yaitu menyarankan memperbaiki informasi di Google Maps. Hal ini dilakukan karena informasi yang ada tidak sesuai dengan realita. Selain itu memasukkan foto dan video Padma Agrowisata yang terbaru. Foto dan video sebelumnya adalah foto dan video lama yang kondisinya tidak sesuai dengan sekarang. Foto tersebut menunjukkan Padma Agrowisata yang tidak bersih dan tidak menarik yang dapat memberi kesan yang jelek di pikiran pengunjung platform Google Maps. Akibatnya orang tidak akan mau mengunjungi Padma Agrowisata, sehingga akan mempengaruhi pendapatan Padma Agrowisata. Selain itu, juga tidak akan ada masukan pada kas desa serta penghasilan UMKM warga sekitar.



Gambar 2. Tampilan maps Padma Agrowisata

Dengan adanya kegiatan tersebut dapat memperbaiki informasi Padma Agrowisata sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Calon pengunjung pun akan tertarik dengan adanya potensi Padma Agrowisata yang bersih dan indah. Sejalan dengan tujuan kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pandantoyo yakni untuk mengenalkan dan mengembangkan promosi Padma Agrowisata agar dikenal oleh masyarakat Kediri dan sekitarnya.

1. Pengembangan Padma Agrowisata

Setelah melakukan kegiatan promosi, hal ini sangat berpengaruh bagi kemajuan Padma Agrowisata. Terdapat salah satu akun yang turut memberi komentar di postingan Padma Agrowisata. Dari akun @abifarla mengatakan bahwa, Dari komentar tersebut memberi gambaran bahwa jika Padma Agrowisata di promosikan dengan baik dan teratur akan mendapat hasil yang bagus untuk kemajuan potensi tersebut. Maka dari itu, pengelola juga mempunyai kewajiban untuk memperindah dan mengembangkan sarana dan prasarana yang ada di Padma Agrowisata. Setelah itu, promosi dapat dijalankan dengan maksimal dan menambah jumlah pengunjung serta pendapatan yang juga akan masuk ke dalam Pendapatan Asli Desa.

Evaluasi terhadap kegiatan pelatihan pemanfaatan Google Maps dalam promosi destinasi wisata menunjukkan beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil menyediakan pemahaman yang lebih baik tentang potensi Google Maps sebagai alat promosi destinasi wisata, khususnya untuk Padma Agrowisata. Para peserta pelatihan berhasil memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam menggunakan platform tersebut untuk meningkatkan visibilitas online destinasi wisata mereka. Namun, evaluasi juga mengidentifikasi beberapa area yang perlu perhatian lebih lanjut, seperti tingkat pemahaman yang beragam di antara peserta, serta kebutuhan akan lebih banyak sumber daya dan dukungan teknis untuk menerapkan konsep yang dipelajari secara efektif. Diperlukan tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan atau pendampingan teknis untuk memastikan penerapan praktik yang optimal dan berkelanjutan dalam promosi Padma Agrowisata melalui Google Maps. Meskipun demikian, evaluasi menegaskan bahwa pelatihan ini telah memberikan landasan yang kuat untuk peningkatan visibilitas online dan potensi pertumbuhan wisata desa di masa depan.

4. KESIMPULAN

Simpulan berdasarkan hasil dan pembahasan dari artikel jurnal mengenai Pengembangan Potensi Padma Agrowisata Desa Pandantoyo Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri dapat disimpulkan bahwa pemasaran promosi melalui media sosial dan google maps dilaksanakan agar potensi Padma Agrowisata dikenal dan diketahui oleh masyarakat Kediri dan sekitarnya sehingga menambah jumlah pengunjung wisata. Pengembangan ini menggunkan media sosial dan google maps diisi dengan foto dan video terbaru dari Padma Agrowisata. Video konten juga dipromosikan oleh akun yang mempunyai banyak pengikut yang dapat mengenalkan wisata ke masyarakat umum. Dengan adanya promosi dan pemasaran wisata yang dilakukan diharapkan juga dapat menambah pendapatan yang aku masuk ke dalam Pendapatan Asli Desa. Pendapatan ini juga akan berpengaruh bagi tingkat kesejahteraan warga sekitar. Dengan banyaknya pendapatan yang akan dihasilkan maka semakin bertambah penghasilan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, Rosita Novi, dan Susy Ella. (2021). *Model Desa Cerdas Untuk Membangun Indonesia Maju*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Darmawan, Didit, dkk. (2021). *Tanaman Perkebunan Prospektif Indonesia*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Eddyono, Fauziah. (2021). *Pengelolaan Destinasi Wisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Effendi, Nur Ika. (2022). *Strategi Pemasaran*. Sumatera Barat: : PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, M. Anang. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: UM Surabaya Publishing.
- Iswahyudi, Muhammad Subhan, dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Luturlean, Bachruddin Saleh. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Metanfanaan, Tia, dkk. (2021). *Pengantar Manajemen Potensi Desa: Aku Yakin desaku Punya Sejuta Potensi*. Bojonegoro: CV. Agrapana Media.

- Najib, Mohammad, dkk. (2019). *Bumdes: Pembentukan dan Pengelolaannya*. Bengkulu: Pusatin Balilateo Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, Republik Indonesia.
- Pranoto, Raina. (2020). *Digital Marketing Untuk Bumdes*. Yogyakarta: Hijaz Pustaka Mandiri.
- Prasetya. (2020). *Menumbuhkan Pendapatan Asli Desa Sebuah Harapan dan Tantangan*. Bogor: Guepedia.
- Rai Utama, I Gusti Bagus. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Rai Utama, I Gusti Bagus, dan I Wayan Ruspindi Junaedi. (2019). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sholikah, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Insania.
- Sopannah, Ana, dkk. (2023). *Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Rangka Optimalisasi Pendapatan Asli Desa (PAD) Berbasis Kearifan Lokal*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Suyanto. (2021). *Pengadaan Tanah Untuk Kepentingan Umum Atas Tanah Kas Des Pasca Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Tambunan, Jonggi. (2021). *Inovasi Bumdes dan UMKM di Pemerintahan Daerah*. Jakarta: Bina Praja Press.
- Endri, E., Fatmawatie, N., Sugianto, S., Humairoh, H., Annas, M., & Wiwaha, A. (2022). Determinants of efficiency of Indonesian Islamic rural banks. *Decision Science Letters*, 11(4), 391-398. <https://doi.org/10.5267/j.dsl.2022.8.002>
- Amri, Aminah, S., Janah, S., Utama, Y. Y., & Dwi, D. R. C. (2023). Representation of Family Law in the Digital Space: A Study of Discourse Analysis on Instagram Accounts. *Al-Istinbath Jurnal Hukum Islam* Vol., 8(2), 507-534.
- Fatmawatie, N. (2015). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Akuntansi Sosial Ekonomi Di Tinjau Dari Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 222-237.
- Fatmawatie, N., & Endri, E. (2022). Implementation of the Principles of Financial Governance in Service Companies. *Journal of Governance and Regulation*, 11(4), 33-45. <https://doi.org/10.22495/jgrv11i4art4>
- Hidir, A., Zunaidi, A., & Pattiasina, P. J. (2021). Understanding human resources management strategy in implementing good government practice: what research evidence say. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 8(3), 265-273. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n3.1658>
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Ma, F. (2023). Integration Of Halal Product Certification And Green Marketing As A Survival Strategy For Msme ' s In Indonesia.
- Sulistyowati, S., Ma' ruf, U., & Rita, D. (2022). The Constitutionality of Notaries Honorary Assembly in the Enforcement of the Notary Ethics Code. *Jurnal Akta*, 9(2), 222. <https://doi.org/10.30659/akta.v9i2.22761>
- Zunaidi, A. (2022). The Contribution of Abu-Hamid al-Ghazali to Shaping Businesspeople's Personalities. *Tsaqafah*, 18(1), 83. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v18i1.7610>