

**FASILITASI PERENCANAAN PROGRAM DAN PENGEMBANGAN
DESA WISATA DI DESA SEPANDE, KECAMATAN CANDI,
KABUPATEN SIDOARJO**

**Yessy Artanti¹, Andre Dwijanto Witjaksono², Sanaji³, Ulil Hartono⁴, Harlina
Meidiaswati⁵, Faiz Bahalwan⁶, Nadya Tiara Santi Widodo**

¹⁻⁷Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Negeri Surabaya

E-mail: yessyartanti@unesa.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Sepande, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, dilaksanakan untuk mengatasi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, lemahnya perencanaan strategis, dan minimnya pemahaman masyarakat terkait pengembangan desa wisata. Tujuan utama kegiatan ini adalah memperkuat kemampuan perangkat desa, BUMDes, dan pelaku usaha dalam melakukan pemetaan potensi, menyusun program pengembangan desa wisata, mengelola hubungan dengan stakeholder, serta membangun strategi place branding. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan terstruktur dan pendampingan intensif yang terdiri atas identifikasi masalah, penyampaian materi, simulasi, serta monitoring dan evaluasi. Pelatihan diikuti 15 peserta dan disajikan melalui empat materi yang menghasilkan sejumlah produk perencanaaan, termasuk pemetaan potensi desa, rancangan Rencana Pengembangan Lima Tahun (2026–2030), Program Kerja Tahunan, strategi mengelola hubungan stakeholder, dan konten digital branding. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas peserta dalam memahami konsep pengembangan desa wisata serta meningkatnya kesiapan desa dalam melaksanakan program wisata berbasis potensi lokal, terutama Tempe dan Batik sebagai sektor unggulan. Tingginya tingkat kepuasan peserta menegaskan bahwa kegiatan PKM berjalan efektif dan memiliki potensi keberlanjutan dalam mendukung Desa Sepande menuju desa wisata yang mandiri.

Kata kunci: BUMDes, desa wisata, perencanaan strategis, pemberdayaan masyarakat, place branding

Abstract

The Community Service Program (PKM) in Sepande Village was implemented to address limitations in human resource capacity, strategic planning, and local understanding of tourism development. The program successfully strengthened the participants' ability, consisting of village officials, BUMDes, and local business actors, to conduct potential mapping, formulate tourism development programs, manage stakeholder relations, and design place branding strategies. Through structured training and intensive facilitation involving problem identification, material delivery, simulations, and monitoring, the program produced several key outputs, including village potential mapping, a five year Development Plan (2026–2030), an Annual Work Program, a stakeholder management framework, and digital branding content. The results indicate an improvement in participants' competencies as well as the village's readiness to initiate tourism development, particularly by prioritizing Tempe and Batik as leading sectors. High participant satisfaction further demonstrates the effectiveness of the program and its potential to guide Sepande Village toward becoming an independent and sustainable tourism destination.

Keywords: BUMDes, community empowerment, place branding, strategic planning, village tourism

1. PENDAHULUAN

Desa Sepande yang berlokasi di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, memiliki potensi strategis untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal. Aksesibilitas yang mudah dari Kota Sidoarjo dan Surabaya, serta dukungan infrastruktur dasar seperti balai desa, sekolah, dan layanan kesehatan, menjadi modal awal dalam pengembangan kegiatan pemberdayaan masyarakat dan pariwisata desa. Dengan jumlah penduduk sekitar 4.500 jiwa, mayoritas bekerja pada sektor perdagangan kecil, industri rumah tangga, dan pertanian. Struktur demografis yang didominasi usia produktif menjadi kekuatan sosial yang penting untuk terlibat dalam pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan sebagaimana ditegaskan Rahmawati et al. (2023). Selain itu, keberadaan Karang Taruna, PKK, dan BUMDes memperkuat kohesi sosial masyarakat.

BUMDes “Jaya Makmur”, yang berdiri sejak 2019, telah menunjukkan perkembangan positif melalui pelaksanaan studi kelayakan usaha, penyertaan modal, dan kontribusi terhadap pendapatan asli desa. Meskipun demikian, BUMDes masih perlu memperluas unit usaha yang mendukung sektor pariwisata, seperti jasa pemandu dan pengelolaan *homestay*, sejalan dengan konsep pemberdayaan ekonomi desa (Dewi, 2014). Desa Sepande juga memiliki potensi ekonomi berbasis lokal, seperti pertanian, kerajinan tangan, dan kuliner tradisional, yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Potensi wisata yang dapat dikembangkan meliputi wisata alam, budaya, edukasi, dan festival desa.

Namun demikian, wawancara dengan Kepala Desa menunjukkan beberapa tantangan utama, yaitu keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan wisata, minimnya infrastruktur penunjang, lemahnya strategi promosi, serta rendahnya kesadaran masyarakat mengenai pengembangan desa wisata. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penguatan kapasitas masyarakat dan perangkat desa melalui pelatihan komprehensif yang berfokus pada peningkatan keterampilan manajerial, pemahaman pariwisata, serta pengembangan soft skill untuk mendukung implementasi program desa wisata secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

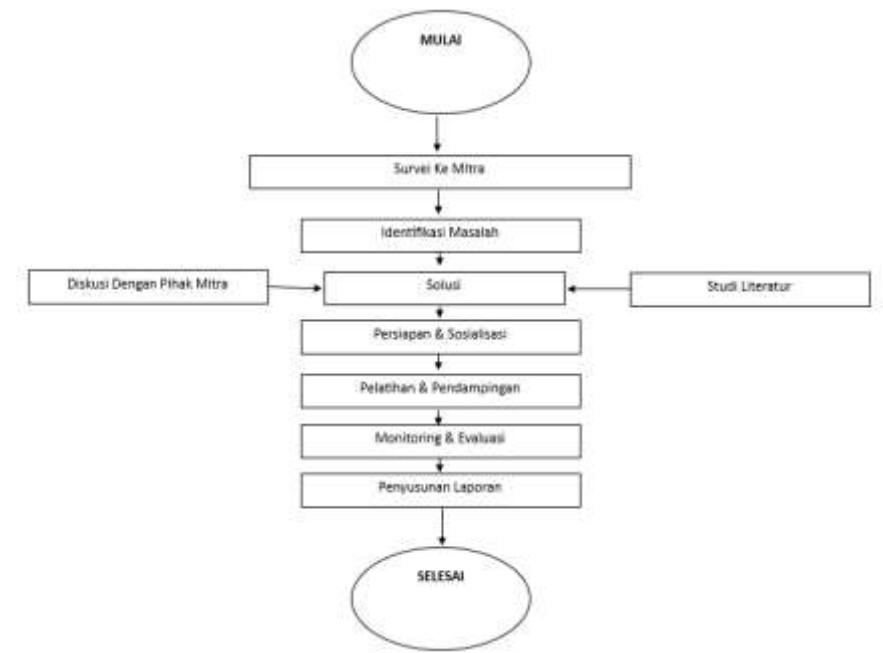
Metode pelaksanaan kegiatan dirancang melalui pelatihan dan pendampingan yang disusun secara komprehensif untuk mengatasi permasalahan mitra dalam pengembangan desa wisata. Pelatihan difokuskan pada peningkatan kapasitas teknis dan manajerial perangkat desa dan BUMDes, sesuai dengan pendekatan penguatan strategi bisnis melalui pelatihan terstruktur (Simmons-Mackie et al., 2016). Pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu identifikasi masalah, penyampaian materi, serta simulasi dan praktik langsung guna memastikan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menerapkan konsep yang diberikan. Untuk mendukung penerapan hasil pelatihan, pendampingan dilakukan secara intensif melalui asistensi teknis dan konsultasi yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra, sehingga implementasi program dapat berjalan efektif dan berkelanjutan (Maharani & Hasibuan, 2024).

Pelatihan yang diberikan mencakup empat materi inti yang disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan Desa Sepande sebagai desa wisata, meliputi pemetaan potensi desa, penyusunan program pengembangan desa wisata, pengelolaan hubungan dengan *stakeholder*, dan *place branding*. Rincian materi, metode pelatihan, dan luaran yang diharapkan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1 Pelatihan dan Pengembangan

No	Materi	Metode Pelatihan	Luaran
1	Pelatihan Pemetaan dan Pemilihan Potensi Desa sebagai Desa Wisata	Ceramah interaktif, workshop kelompok, FGD, presentasi hasil	Dokumen usaha potensial, dokumen peringkat potensi usaha
2	Pelatihan Penyusunan Program dan Pengembangan Desa Wisata	Studi kasus, workshop perencanaan, diskusi kelompok, penyusunan draft	Rencana pengembangan lima tahun, dokumen program kerja tahunan
3	Pelatihan <i>Stakeholder Relationship</i>	Pemetaan stakeholder, simulasi negosiasi, diskusi kelompok, studi kasus	Dokumen identifikasi <i>stakeholder</i> , strategi hubungan dengan <i>stakeholder</i>
4	Pelatihan <i>Place Branding</i>	Ceramah, <i>workshop branding</i> , simulasi promosi, evaluasi dan umpan balik	Visi strategis desa wisata, strategi <i>branding</i> , konten media sosial

Untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai alur kegiatan, langkah-langkah pelaksanaan divisualisasikan dalam gambar 1. Gambar ini menunjukkan urutan proses mulai dari identifikasi masalah hingga monitoring dan evaluasi.



Gambar 1 Alur metode pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan diakhiri dengan monitoring dan evaluasi untuk memastikan ketercapaian tujuan program (Suparno & Asmawati, 2019). Evaluasi dilakukan melalui observasi, komunikasi daring, serta pemeriksaan luaran peserta guna mengidentifikasi kendala serta memastikan keberlanjutan penerapan program. Proses evaluasi mengikuti pedoman evaluasi pemberdayaan masyarakat yang menekankan pengukuran capaian, efektivitas

implementasi, dan kesiapan mitra menjalankan program secara mandiri (Keyonzo, 1989). Indikator evaluasi selengkapnya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2 Indikator Evaluasi

No	Jenis Pelatihan	Indikator Evaluasi	Metode Evaluasi
1	Pemetaan Potensi Desa	Identifikasi usaha potensial, dokumen peringkat, jumlah usaha masuk rencana wisata	Observasi, kuesioner, pemeriksaan dokumen, diskusi
2	Penyusunan Program Desa Wisata	Rencana lima tahun, dokumen program tahunan	Observasi, review dokumen
3	<i>Stakeholder Relationship</i>	Identifikasi stakeholder, dukungan stakeholder, strategi hubungan	Wawancara, analisis dokumen
4	<i>Place Branding</i>	Visi strategis, strategi branding, konten media sosial	Analisis konten, kuesioner

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Sepande, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, berlangsung dalam tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan dan koordinasi, tahap pelaksanaan pelatihan, serta tahap monitoring dan evaluasi. Setiap tahapan dirancang untuk memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan relevan dengan kebutuhan mitra dan memberikan dampak yang terukur terhadap pengembangan desa wisata.

3.1 Tahap Persiapan dan Koordinasi

Tahap awal dimulai dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam bersama Kepala Desa Sepande. Kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh gambaran objektif mengenai kondisi eksisting desa serta mengidentifikasi permasalahan aktual yang dihadapi oleh mitra. Hasil observasi menunjukkan bahwa pengelola wisata yang terdiri dari perangkat desa, BUMDes, dan kelompok masyarakat menghadapi empat permasalahan utama, yakni keterbatasan sumber daya manusia, minimnya infrastruktur wisata, lemahnya promosi dan pemasaran, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata desa.

Berdasarkan temuan tersebut, tim PKM menyusun materi pelatihan sebagai respons terhadap kebutuhan mitra. Materi mencakup pemetaan potensi desa, penyusunan program dan pengembangan desa wisata, *stakeholder relationship*, dan *place branding*. Koordinasi lanjutan dilakukan untuk memastikan kesiapan peserta, penentuan jadwal kegiatan, dan penetapan lokasi pelatihan. Pelatihan disepakati dilaksanakan pada 17 September 2025 di Balai Desa Sepande.

3.2 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan dilaksanakan sesuai jadwal dengan empat sesi materi utama yang disampaikan oleh dosen ahli dari Universitas Negeri Surabaya. Jadwal lengkap tercantum pada tabel berikut.

Tabel 3 Jadwal Pelaksanaan PKM

Waktu	Kegiatan	Pelaksana
-------	----------	-----------

08.45 – 09.00	Pembukaan	Kepala Desa Sepande dan Dr. Yessy Artanti, SE., M.Si
09.00 – 10.00	Materi pemetaan dan pemilihan potensi desa sebagai Desa Wisata	Dr. Sanaji, SE., M.Si
10.00 – 11.00	Materi penyusunan program dan pengembangan Desa Wisata	Dr. Sanaji, SE., M.Si
11.00 – 12.00	ISHOMA	
12.00 – 13.00	Materi <i>stakeholder relationship</i>	Dr. Yessy Artanti, SE., M.Si
13.00 – 14.00	Materi Place Branding	Dr. Yessy Artanti, SE., M.Si
14.00 – 15.30	Pengisian kertas kerja, angket dan penutupan	Panitia

Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan PKM ini sejumlah 15 peserta yang terdiri dari Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), perangkat desa dan sejumlah pengelola dan pelaku bisnis wisata dengan karakteristik peserta sebagai berikut:

Tabel 4 Karakteristik Peserta

Identitas	Sub Identitas	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	10	66,67%
	Wanita	5	33,33%
	TOTAL	15	100 %
Usia	30-45	8	53,3%
	46-50	2	13,33%
	52-55	5	33,33%
	TOTAL	15	100 %
Jabatan	BPD	4	26,67%
	Ketua Pokda Mekar	1	6,67%
	UMKM	1	6,67%
	K. Perencanaan Pemdes	1	6,67%
	Pelayanan	1	6,67%
	Kepala Dusun	1	6,67%
	Sekretaris Desa	1	6,67%
	Kasie Pemerintahan	1	6,67%
	Pemdes	3	20,00%
	Kasie Kesejahteraan	1	6,67%
TOTAL		15	

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa mayoritas responden adalah pria (66,67% atau 10 orang), sementara responden wanita berjumlah 33,33% atau 5 orang. Peserta wanita diharapkan lebih terlibat dalam kegiatan-kegiatan penggerak wisata, hal ini mengingat beberapa program wisata dan *branding* (terutama *homestay*, kuliner, dan kerajinan) sangat mengandalkan peran aktif wanita (ibu-ibu PKK, kelompok UMKM wanita).

Jika ditinjau dari usia, responden memiliki rentang usia yang cukup lebar, dari 30 hingga 59 tahun dengan mayoritas usia produktif (30-45 tahun). Lebih dari separuh peserta berada pada usia prima untuk bekerja dan berinovasi. Kelompok ini memiliki energi dan ide baru untuk pengembangan infrastruktur wisata, pengelolaan media sosial untuk *branding*, dan penerapan

teknologi dalam manajemen desa wisata. Selain itu, peserta mewakili berbagai unsur di Desa Sepande, dengan komposisi yang paling dominan berasal dari BPD (Badan Permusyawaratan Desa) dengan kontribusi sebesar 26,67% (4 orang). Unsur Pemdes (Pemerintah Desa) juga signifikan, menyumbang 20,00% (3 orang) dari total responden. Bisa disimpulkan bahwa peserta adalah perpaduan antara pembuat kebijakan desa (Pemdes/BPD) dan pelaksana di lapangan (UMKM dan POKDARWIS). Komposisi ini adalah tim penggerak *place branding* yang ideal. Keputusan dan legalitas (*policy/making*) dapat langsung disepakati oleh BPD/Pemdes, sementara eksekusi di lapangan (contohnya standar layanan dan produk) dijamin oleh UMKM dan POKDARWIS. Selain itu karena hampir setengah peserta berasal dari unsur pimpinan desa, maka keputusan tentang alokasi dana desa (melalui APBDes) untuk pengembangan wisata dan *branding* akan lebih mudah dan cepat disetujui karena perwakilan BPD dan Pemdes sudah pernah terlibat langsung dalam pelatihan ini.



Gambar 2 Pembukaan Kegiatan PKM

3.3 Hasil Materi dan Diskusi Pelatihan

a. Pemetaan dan Pemilihan Potensi Desa Wisata

Pemetaan potensi dilakukan melalui FGD dengan peserta, menghasilkan daftar potensi dan nilai prioritas yang dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 5 Pemetaan dan Potensi Desa Wisata

No	Jenis Usaha	Bobot	Rating	Jumlah
1	Tempe	0.25	85	21.25
2	Lontong	0.2	50	10
3	Batik	0.12	85	10.2
4	Lele dan olahannya	0.08	60	4.8
5	Telur asin	0.1	70	7
6	Olahan makanan ringan (makanan ringan)	0.05	65	3.25
7	Tahu dan olahannya	0.05	40	2
8	Ternak Kambing dan Bebek	0.15	10	1.5

Sumber: Data diolah

Interpretasi hasil menunjukkan bahwa tempe merupakan potensi unggulan dengan nilai tertinggi, diikuti oleh batik, sedangkan produk seperti ternak kambing/bebek memiliki kesiapan paling rendah.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan PKM

b. Penyusunan Program dan Pengembangan Desa Wisata

Hasil penyusunan program dirangkum dalam tabel berikut

Tabel 6 Penyusunan Program dan Pengembangan Desa Wisata

Aspek Pelatihan	Produk Jadi (Deliverable)	Representasi Hasil Nyata Desa Sepande
Rencana Strategis 5 Tahun	Dokumen Rancangan Pengembangan Desa 2026–2030	Tahun 1: pelatihan SDM dan perbaikan infrastruktur dasar. Tahun 3: pembentukan unit usaha BUMDes Wisata. Tahun 5: Festival Desa Tahunan.
Program Kerja Tahunan 2026	Dokumen Program Kerja Desa	Alokasi dana desa untuk perbaikan jalan, pembentukan tim media sosial, dan standardisasi produk tempe dan batik.

c. Program Stakeholder Relationship

Berikut adalah pemaparan materi program *stakeholder relationship* Desa Wisata, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7 Penyusunan Program Stakeholder Relationship Desa Wisata

Aspek Pelatihan	Produk Jadi	Representasi Hasil Nyata
Peta Stakeholder	Identifikasi stakeholder kunci	Internal: BUMDes, Karang Taruna, PKK. Eksternal: Pemkab Sidoarjo, LPPM UNESA.
Strategi Hubungan	Rancangan strategi sinergi	Koordinasi pemerintah–akademisi–masyarakat serta strategi memperoleh pendanaan.

d. Program Place Branding

Terakhir adalah pemaparan materi *place branding* Desa Wisata, sehingga data yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 8 Penyusunan Program *Place Branding* Desa Wisata

Aspek Pelatihan	Produk Jadi	Representasi Hasil Nyata
Visi dan Identitas	Visi desa dan tagline	“Sepande, Rasa Lokal Sidoarjo”
Aset Promosi Digital	Konten siap unggah	Video produksi dan promosi tempe, promosi <i>homestay, workshop batik</i>

e. Hasil Evaluasi Pelatihan

Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner. Ringkasan persepsi peserta disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 9 Hasil Kuesioner Pelaksanaan Pelatihan PKM

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	S T S
		%	%	%	%	%
PELAKSANAAN PELATIHAN						
Failitas Pelatihan						
1.	Waktu yang dipilihkan untuk melaksanakan pelatihan telah tepat	53,3 3	0,0 0	0,00	6,67	0,00
2.	Lingkungan tempat pelatihan telah terkondisikan dengan nyaman	53,3 3	40,0 0	23,0 8	0,0 0	0,0 0
3.	Sarana dan prasana termasuk fasilitas yang disediakan panitia sesuai dengan yang diharapkan peserta pelatihan	66,6 7	33,3 3	0,00	0,0 0	0,0 0
4.	Konsumsi yang disediakan sudah cukup memadai	66,6 7	33,3 3	0,00	0,0 0	0,0 0
Kegiatan Pelatihan						
5.	Selama pelatihan, pelatih telah menjelaskan materi dengan jelas dan mendampingi para peserta sampai selesai	80,0 0	20, 00	0,00	0,0 0	0,0 0
6.	Kegiatan pelatihan dimulai dan diakhiri secara tepat waktu sesuai jadwal kegiatan	53,3 3	33,3 3	6,67	6,6 7	0,0 0
7.	Selama pelatihan, peserta merasa senang dan <i>enjoy</i>	66,6 7	33, 33	0,00	0,0 0	0,0 0
8.	Pelatihan ini sangat bermanfaat terutama bagi pelaku usaha	80,0 0	20, 00	0,00	0,0 0	0,0 0

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta memberikan penilaian sangat baik, terutama pada aspek kualitas narasumber dan manfaat kegiatan. Peserta menyatakan bahwa pelatihan sangat relevan dan menambah wawasan dalam pengembangan desa wisata. Beberapa peserta bahkan mengharapkan durasi pelatihan diperpanjang.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan fokus pada Fasilitasi Perencanaan Program dan Pengembangan Desa Wisata di Desa Sepande telah mencapai target utama, yaitu menanggulangi keterbatasan kapasitas SDM dan kerangka perencanaan strategis yang dihadapi mitra.

Secara keseluruhan, pelatihan yang dilaksanakan pada 17 September 2025 dengan 15 peserta yang merupakan perpaduan strategis antara perangkat desa (BPD/Pemdes) dan pelaksana (POKDARWIS/UMKM), berhasil menghasilkan produk perencanaan yang konkret dan terukur. Capaian terpenting adalah teridentifikasinya Tempe dan Batik sebagai prioritas unggulan utama yang harus diintegrasikan ke dalam program wisata, didukung oleh data pemetaan potensi yang akurat.

Selain itu, PKM ini juga menghasilkan kerangka kerja implementatif, yaitu Dokumen Rancangan Rencana Pengembangan Lima Tahun (2026–2030) dan Dokumen Program Kerja Tahunan. Dokumen-dokumen ini menjadi peta jalan resmi yang dapat digunakan desa untuk mengalokasikan dana desa (APBDes) guna mengatasi masalah infrastruktur dasar yang minim dan memulai upaya *place branding* melalui media sosial. Keterlibatan unsur pimpinan desa yang dominan dalam pelatihan menjamin bahwa keputusan yang dihasilkan dapat segera dilegalisasi dan dieksekusi, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan dan keberlanjutan program desa wisata. Mayoritas peserta pun memberikan tanggapan yang sangat positif, menunjukkan tingkat kepuasan tinggi terhadap materi dan manfaat pelatihan bagi pengembangan usaha mereka.

Kegiatan PKM ini juga telah memberikan beberapa rekomendasi. Untuk menjamin hasil PKM ini berkelanjutan dan tidak hanya berhenti pada tahap dokumen perencanaan, terdapat beberapa saran strategis yang perlu ditindaklanjuti oleh Pemerintah Desa dan BUMDesa Sepande. Pertama, fokus pada implementasi prioritas Tempe dan Batik harus diutamakan. Rencana penganggaran dana desa wajib dialokasikan untuk standarisasi produk, pengembangan paket wisata edukasi Tempe, dan penyiapan workshop Batik sebagai produk suvenir wisata. Kedua, penguatan SDM operasional harus dilanjutkan. Meskipun pelatihan telah dilaksanakan, perlu adanya pelatihan lanjutan yang spesifik menyasar Kelompok Ibu-ibu PKK dan UMKM wanita, mengingat peran krusial mereka dalam pengelolaan homestay dan wisata kuliner. Ketiga, intensifikasi strategi digital *branding* yang telah dirancang. Tim pengelola media sosial harus aktif memanfaatkan Kumpulan Konten Media Sosial yang telah disiapkan untuk secara konsisten membangun citra merek desa. Terakhir, Desa Sepande perlu secara proaktif menggunakan Dokumen Strategi Pengelolaan Hubungan Stakeholder untuk membangun sinergi yang kuat dengan Pemerintah Kabupaten Sidoarjo (untuk perbaikan infrastruktur) dan LPPM UNESA (untuk keberlanjutan pendampingan dan monitoring berkala), sehingga hambatan finansial dan teknis dapat diatasi bersama. Dengan langkah-langkah implementatif ini, Desa Sepande dapat segera mewujudkan visi menjadi destinasi wisata berbasis kearifan lokal yang mandiri dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, A. S. K. (2014). Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Pades) Serta Menumbuhkan Perekonomian Desa. *Journal of Rural and Development, 1*.
- Keyonzo, N. A. (1989). Project evaluation guidelines. *Afyah, 23(1)*, 25–33.
- Maharani, D. A., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital Pada UMKM di Desa Sumbang Purwokerto Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Jangkauan Pasar. *Abdi Makarti, 3(2)*, 130–141.
- Rahmawati, R., Hudayah, S., & Paminto, A. (2023). Social media, saving the food & beverages business in the COVID-19 era? *Cogent Business and Management, 10(3)*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2258637>
- Simmons-Mackie, N., Raymer, A., & Cherney, L. R. (2016). Communication partner training in aphasia: An updated systematic review. *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation, 97(12)*, 2202–2221.
- Suparno, S., & Asmawati, L. (2019). Monitoring dan evaluasi untuk peningkatan layanan akademik dan kinerja dosen program studi Teknologi Pembelajaran Pascasarjana. *JTPPm (Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran): Edutech and Instructional Research Journal, 6(1)*.