

Increasing Village Asset Income Through Human Resource Management and Digital Marketing Integrated With Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Peningkatan Pendapatan Aset Desa Melalui Pengaturan Sumber Daya Manusia dan Digital Marketing yang Terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Sriyono^{1*}, Fina Rahma Dewi², Amalia Dewi Safitri³, Emah Fauziyah⁴, Putri Nur Okvinia⁵
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo; Jl. Majapahit, 666 B. Sidoarjo, Telp: 031-8949333

Abstract. Pengelolaan aset desa candiwates belum optimal dalam memberikan kontribusi pada pendapatan asli desa. Aset desa yang dimiliki yaitu situs wisata bersejarah Candi Jawi dan program kerja penjualan pasar jajanan ndeso (JANDE) belum memberikan pendapatan yang signifikan. Tujuan penelitian adalah peningkatan pendapatan asli desa melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam mengelola aset desa dan pemasaran digital. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan dukungan warga terhadap pengembangan potensi wisata Candi Jawi melalui program pembelajaran dan festival budaya. Warga dan pengurus BUMDes juga mendukung pembentukan organisasi formal JANDE yang dapat meningkatkan profitabilitas usaha serta melestarikan jajanan tradisional.

Kata Kunci: *Aset Desa, Sumber Daya Manusia, Pemasaran Digital*

1 Pendahuluan

Kebijakan Otonomi daerah memberikan kebebasan kepada daerah untuk mengurus dan mengatur kebutuhan masyarakat daerahnya. Rancangan pembangunan harus lebih diarahkan pada pembangunan dasar tingkat terendah dalam suatu pemerintahan yaitu desa sebagai komponen penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat [1]. Mengacu pada Undang-undang Nomer 6 Tahun 2014, pemerintah desa memiliki kebebasan dalam pengelolaan keuangan dengan ditentukannya alokasi dana pembangunan kepada setiap desa dari APBN, sehingga desa dapat meningkatkan kreatifitasnya dalam meningkatkan pendapatan desa [2]. Salah satu program yang dapat diterapkan sesuai UU desa tersebut yaitu pengelolaan aset desa. Aset desa merupakan aset milik desa yang dikelola dan digunakan dengan sebaik-baiknya guna memajukan dan memakmurkan masyarakat desa setempat (Dewi, Saputra, & Prayudi, 2017).

Berdasarkan UU Republik Indonesia Nomer 6 Tahun 2014 tentang Desa bahwa aset desa adalah barang milik desa yang berasal dari kekayaan asli desa yang dibeli atau diperoleh dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBD) atau diperoleh dari hak lainnya yang sah. Aset desa dapat berupa tanah, kas desa, pasar desa, bangunan desa, pelelangan hasil pertanian hutan milik desa dan lain sebagainya. Kebebasan lainnya yang memberikan keluasaan kepada desa adalah dalam hal pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), sesuai dalam Peraturan Menteri Desa Nomer 4 Tahun 2015 Tentang pendirian, pengurusan, pengelolaan, dan pembubaran badan usaha milik desa.

Dengan adanya kewenangan tersebut, pemerintah daerah diharapkan dapat menggali sumber-sumber keuangan dari aset milik desa, khususnya untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan dan pembangunan di daerahnya melalui Pendapatan Asli Desa (PAD) (Hasbi, 2018). Pada umumnya PAD yang merupakan gambaran potensi keuangan desa mengendalikan unsur pajak dan retribusi sehingga desa dapat menggali sumberdaya yang ada. Peranan BUMDes dapat mengelola aset desa dengan baik untuk dapat meningkatkan perekonomian menuju desa yang mandiri.

Salah satu desa yang memiliki aset desa yaitu Desa Candiwates. Desa Cadiwates terletak di Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. Desa Candiwates terdiri dari 8 dusun yaitu Dusun Payak, Jawi, Wonosalam,

Belembem, Bulakombo, Kalongan, Ledok Tani dan Patuk. Desa Candiwates mempunyai aset-aset yang memiliki potensi besar untuk menjadi sumber pendapatan asli desa. Namun demikian, potensi tersebut tidak pernah tercapai karena pengelolaan aset desa yang belum maksimal. Desa Candiwates memiliki pendapatan asli desa dari tarif distribusi jalan yang mereka terima dari pengguna truk pengangkut air dan pihak lainnya.

Keberadaan Candi Jawi menjadi salah satu aset yang dimiliki Desa Candiwates. Candi Jawi merupakan bangunan candi yang dibangun pada abad ke-13. Candi ini peninggalan bersejarah kerajaan hindu-budha yaitu Kerajaan Singasari yang terletak pada kaki Gunung Welirang, Desa Candiwates, Prigen, Pasuruan Jawa Timur. Candi Jawi digunakan sebagai tempat pendharmaan atau penyimpanan abu raja terakhir Singasari, Kartanegara. Pengembangan pariwisata Candi Jawi sebagai sumber pendapatan asli desa belum terealisasi, padahal candi tersebut cukup terkenal bagi masyarakat di daerah Kecamatan Pandaan secara khusus dan Kabupaten Pasuruan pada umumnya. BUMDes yang selama ini menaungi pengelolaan Candi Jawi belum memiliki program kerja yang nyata untuk mewujudkan pariwisata yang dapat menjadi sumber pendapatan asli desa. Pengunjung Candi Jawi dapat melihat-lihat bangunan candi tanpa biaya, sehingga BUMDes tidak memiliki pendapatan. Daerah wisata Candi Jawi ditutup total seiring pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial

BUMDes juga memiliki program kerja pelestarian jajanan tradisional yang terwujud melalui JANDE. Pasar JANDE menyediakan berbagai macam minuman dan jajanan khas Indonesia tempo dulu. Dalam Pasar JANDE terdapat beberapa *spot* foto yang menjadi daya tarik pengunjung. Selain pasar JANDE terdapat beberapa pariwisata lain seperti Candiwates Adventure yang menyediakan fasilitas seperti naik Trail atau ATV dan Wisata Titik Nol Candiwates yang bergerak pada bidang tour dan travel, namun sementara dialih fungsikan sebagai area parkir. Walaupun belum memiliki manajemen yang baik, namun JANDE telah berjalan dan mendapatkan dukungan masyarakat.

Penjualan jajanan pasar tradisional dapat mengingatkan kembali tentang makanan tradisional masyarakat yang enak dan tidak kalah dengan jajanan modern. Potensi pengembangan JANDE untuk menjangkau konsumen di luar daerah Candiwates cukup besar. Namun, ketika kebijakan pembatasan sosial diterapkan, maka kegiatan ekonomi JANDE menjadi terhenti total. Hingga sekarang, kebijakan pemerintah mengenai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) telah membuat JANDE belum berjalan lagi.

Berikut adalah pendapatan aset yang ada di Desa Candiwates selama 3 tahun

Tabel 1. Pendapatan Asli Desa Candi Wates

No.	Tahun	Total Pendapatas Asli Desa
1.	2018	Rp. 3.000.000
2.	2019	Rp. 3.000.000
3.	2021	Rp. 3.000.000

Sumber: Data Sekunder dari Desa 2022

Berdasarkan data yang ada di Tabel 1. Pendapatan Asli Desa Candi Wates bersumber dari distribusi jalan yang jumlahnya tetap setiap tahunnya. Aset desa belum dikelola secara maksimal dalam memberikan kontribusi pada pendapatan asli desa. Salah satu hambatan dari peningkatan pendapatan aset desa yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang memadai (Mangindaan & Manossoh, 2018). Sumber daya manusia yang dimaksud yaitu kualitas manajemen dari masyarakat yang ada di desa Candiwates dalam pengelolaan usaha dan keuangan (Widjaja, Alamsyah, & Roheni, 2018). Peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam manajemen aset desa sangat penting dalam menciptakan sumber pendapatan asli desa (Taufik, Anisma, Yusraini, & Susilatri, 2019). Selain itu pengelolaan aset desa disamping memerlukan SDM yang handal juga kemampuan manajemen keuangan yang baik (Sari & Ummur, 2019).

Peningkatan kemampuan SDM sangat penting dalam rangka untuk memperoleh hasil kinerja yang maksimal sehingga peningkatan PAD menjadi kurang. Peningkatan SDM dapat dilakukan melalui upaya seperti melakukan Pelatihan, Pembinaan dan Pendidikan. Pelatihan bertujuan untuk mengembangkan manusia dalam bentuk meningkatkan keterampilan, Pembinaan beryujuan untuk mengatur bagaimana membina manusia melalui program-program perencanaan, sedangkan Pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja berkaitan tentang karir.

Pengembangan aset desa tidak luput dari pengembangan pengetahuan dan teknologi (Andari, Sulindawati, & Atmadja, 2017). Salah satu contoh dari penerapan pengetahuan dan teknologi yaitu dengan pemanfaatan media digital (Kariati & Teristiyani, 2019). Pemanfaatan media digital sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran dalam pengembangan usaha (Rafiah & Kirana, 2019). Tren pemasaran digital meningkat dengan pesat, sehingga pemanfaatan alat pemasaran yang optimal akan meningkatkan keuntungan perusahaan (Hardilawati, Binangkit, & Perdana, 2019). Sasaran harus didefinisikan dengan tepat untuk menciptakan pemasaran digital yang baik (Buratti, Parola, & Satta, 2018). Banyak perusahaan yang menggunakan ide ini untuk mendukung strategi pemasaran mereka, karena dapat membantu konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan (Ghosh & Mukherjee, An exploratory study on marketing strategies of selected home appliances at

kolkata metropolitan, 2019). Perusahaan dituntut agar dapat tetap relevan dengan perkembangan teknologi agar dapat mempertahankan citra mereka terutama pada generasi muda. Walaupun penggunaan strategi pemasaran digital telah diadopsi oleh banyak perusahaan, namun variasi tipe, skala, jenis dan media cukup tinggi (Dodokh & Al Maitah, 2019). setiap promosi media digital berbeda dan dampak dari promosi tersebut harus dievaluasi secara konstan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran (Stoking & Ozuem, 2016).

Digital marketing mengalami perkembangan pesat seiring dengan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dan memegang peranan yang penting dalam manajemen bisnis (Alhaidari, Kabanda, & Al Mukhaylid, 2021). Berbagai informasi dapat diperoleh dengan cepat sehingga lebih efisien bagi masyarakat. Perusahaan juga menggunakan internet sebagai sarana promosi yang lebih murah dan efektif dibandingkan promosi konvensional (Ghosh, A study on - evaluating marketing strategies adopted by home appliance for economic development in India, 2017). Marketing dengan menggunakan media *website* merupakan salah satu hal yang dapat direalisasikan (Perera, Gunatilake, & Wanniarachchi, 2021). Dengan menyusun pesan pemasaran yang tepat maka perusahaan dapat menarik minat konsumen (Hallock, Roggeveen, & Crittenden, 2019). Desain website yang mendukung pesan pemasaran harus menjadi prioritas.

MBKM menjadi salah satu kajian kebijakan yang tengah didorong pemerintah untuk di terapkan dunia pendidikan perguruan tinggi. bertujuan untuk menciptakan kelompok pembelajaran kreatif yang tidak terbatas dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa. Melalui kegiatan MBKM maka diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada di Desa CandiWates. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pencapaian yang menyatu dengan penerapan MBKM.

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang ada, maka dapat dirumuskan bahwa perlu adanya upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam manajemen strategis pengelolaan aset desa untuk menjadi sumber pendapatan asli desa dan penerapan pemasaran digital agar dapat meningkatkan pendapatan tanpa melanggar protokol kesehatan. Potensi aset desa CandiWates cukup besar karena nilai sejarah Candi Jawi dan kreativitas warga dalam melestarikan jajanan tradisional.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain – lain dengan cara deskriptif dalam bentuk bahasa yang diolah dalam bentuk kata – kata (Moleong, 2017). Menggunakan pendekatan interpretif yang tujuan memaknai perilaku secara detail dengan cara observasi (Iukka & Modell, 2010). Penggunaan pendekatan ini sangat sesuai karena penelitian ini mengintegrasikan hasil *in depth interview* dengan informan kunci yang menjadi partisipan *action learning system* tentang fenomena kesejahteraan dalam lingkup masyarakat di desa CandiWates.

Penelitian ini menganalisis tentang peningkatan pendapatan aset desa melalui pengaturan sumberdaya manusia dan digital marketing yang terintegrasi dengan merdeka belajar kampus merdeka (MBKM). Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah desa CandiWates kecamatan Prigen kabupaten Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia.

Informan kunci yang digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa orang dari penduduk desa CandiWates, yaitu Kepala Desa, Anggota Bumdes, Pemerintah Desa, Pengelola Candi dan Pelaku UMKM, yang berjumlah 10 orang. Teknik validasi menggunakan Tri angulasi menjadi salah satu aspek paling penting dalam mencari kebenaran data sehingga data yang diperoleh tidak diragukan lagi kebenarannya.

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang pendapatan asli desa, jumlah pelaku usaha, wisata yang ada di desa serta UMKM yang memiliki potensi di desa CandiWates. Wawancara juga dilakukan untuk menggali informasi mengenai Program yang ada di BUMDes. Untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh masyarakat wawancara juga dilakukan pada pelaku usaha UMKM. Observasi digunakan untuk pengambilan gambar seperti fasilitas dan suasana wisata yang ada di Desa CandiWates seperti Candi Jawi, Pasar Jajanan Ndeso (JANDE), CandiWates Adventure dan Titik Nol CandiWates.

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan aset desa sebagai sumber pendapatan asli desa memerlukan program kerja yang terpadu oleh BUMDES sebagai organisasi yang mengelola aset desa (Hayyuna, Pratiwi, & Mindarti, 2014). Program kerja yang kami usulkan adalah revitalisasi aset desa melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan penerapan pemasaran digital. Program ini bertujuan untuk memberikan panduan langkah-langkah yang terpadu dalam mengelola aset desa. Untuk itu maka diperlukan Visi dan misi dari program kerja tersebut, Visi dan misi tersebut adalah:

Visi:

Peningkatan nilai ekonomi dan budaya aset desa CandiWates menuju desa yang mandiri

Misi:

1. *Merancang dan menetapkan rencana pengembangan aset desa secara terpadu*
2. *Melaksanakan rencana pengembangan dengan efektif dan efisien*
3. *Mengadopsi teknologi untuk meningkatkan nilai ekonomi aset desa*
4. *Mengadakan pendidikan dan pelatihan bagi pengurus secara rutin dalam rangka pengembangan kualitas sumber daya alam*

Visi dari program kerja yang kami usulkan adalah terciptanya nilai ekonomi dan pelestarian nilai budaya secara terpadu dari aset Desa Candiwates agar dapat menjadi salah satu sektor yang produktif sebagai sumber pendapatan asli desa. Tujuan pengembangan aset desa juga tercantum dalam visi program kerja yaitu membangun Desa Candiwates menjadi desa yang mandiri dari segi finansial.

Misi program kerja adalah langkah-langkah dalam mewujudkan visi yang terdiri dari empat langkah yaitu: merancang dan menetapkan rencana pengembangan aset desa secara terpadu, melaksanakan rencana pengembangan dengan efektif dan efisien, mengadopsi teknologi untuk meningkatkan nilai ekonomi aset desa, dan mengadakan pendidikan dan pelatihan bagi pengurus secara rutin dalam rangka pengembangan kualitas sumber daya alam.

Rencana pengembangan aset Desa Candiwates ditetapkan oleh rapat anggota BUMDes dengan memperhatikan usulan warga tentang jenis kegiatan, durasi kegiatan, besaran tarif, anggaran dan dampak sosial-ekonomi. Tema budaya menjadi bagian utama dalam setiap perencanaan agar dapat menjaga citra aset desa dalam pelestarian budaya. Langkah kedua dari misi program kerja adalah pelaksanaan rencana pengembangan dengan efektif dan efisien. Pengelola harus mempertimbangkan perubahan situasi dan kondisi agar rencana pengembangan dapat terlaksana dengan baik. Sebagai contoh kendala yang dihadapi akibat perubahan situasi adalah kebijakan pembatasan sosial oleh pemerintah. Pengelola sebaiknya dapat mempertimbangkan alternatif tindakan yang efektif dalam menghadapi hambatan. Langkah ketiga adalah mengadopsi teknologi untuk meningkatkan nilai ekonomi aset desa. Teknologi tidak hanya membuat pengelolaan aset desa lebih modern tetapi juga dapat mengatasi hambatan yang muncul seperti pembatasan sosial. Dengan penggunaan teknologi maka efisiensi pengelolaan aset desa dapat tercapai dan memudahkan dalam mencapai target yang ditetapkan. Langkah terakhir adalah langkah yang paling penting karena diklat peningkatan kualitas sumber daya manusia akan meningkatkan kemampuan berorganisasi, manajemen keuangan, dan literasi teknologi. Dengan kualitas sumber daya manusia yang meningkat maka pengelolaan aset desa akan menjadi lebih baik setiap tahunnya.

Aset desa Candiwates adalah semua fasilitas fisik dan berbagai organisasi yang berada dalam naungan BUMDes sesuai dengan peraturan yang ada. Terdapat dua aset desa yang memiliki potensi cukup besar yaitu situs wisata candi jawi dan organisasi JANDE.

Candi Jawi

Pengurus objek pariwisata Candi Jawi terdiri dari:

- Ketua : Shulikin
Wakil : Mutholib
Anggota 1 : Abdul Haris
Anggota 2 : Sumadi

Menurut keterangan Kepala Desa Candiwates, Bapak Sulthoni, Candi Jawi merupakan situs bersejarah yang telah menjadi aset desa sejak tahun 1948. Pengelolaan Candi Jawi difokuskan pada perawatan dan pemugaran Candi Jawi. Namun, pengelolaan pariwisata Candi Jawi sebagai sumber pendapatan asli desa belum dilaksanakan secara penuh karena kurangnya inisiatif warga. Potensi Candi Jawi sebagai objek wisata di daerah Kecamatan Pandaan cukup besar jika dikembangkan dengan profesional. Kami mengusulkan agar dibentuk organisasi formal revitalisasi situs wisata Candi Jawi sebagai warisan budaya Kabupaten Pasuruan.

Proses revitalisasi situs Candi Jawi dimulai dengan program wisata yang dapat menarik warga untuk berkunjung. Sumber pemasukan berasal dari pertunjukan, festival maupun penjualan oleh-oleh. Program pertama adalah kegiatan pembelajaran sejarah Candi Jawi bekerjasama dengan lembaga pendidikan di sekitar desa Candi Wates. Pengurus dapat menjadwalkan pembelajaran bagi anak usia dini (TK/RA), siswa SD dan SMP. Pengurus juga memberikan pamflet sejarah Candi Jawi, paket makan jajan ndeso (JANDE) beserta miniatur Candi Jawi. Sumber pendapatan berasal dari penjualan JANDE dan Miniatur Candi Jawi.

Program kedua adalah pergelaran festival budaya pada hari-hari tertentu seperti pada tahun baru. Festival budaya akan menggelar tradisi pertunjukan wayang dengan latar belakang kisah Candi Jawi. Warga dapat menjual berbagai makanan dan minuman selama malam tahun baru. Selain itu, pengurus juga menyediakan acara kembang api tepat pada tengah malam. Dengan menggelar festival budaya, maka pengelola Candi Jawi

mendapatkan pemasukan dari retribusi parkir, kios penjual dan tiket masuk. Pemasaran festival budaya dilakukan melalui media cetak yaitu selebaran dan spanduk serta media sosial. Pemasaran digital memiliki peran penting dalam menarik minat pengunjung terutama remaja karena sebagian besar dari mereka terbiasa menggunakan media sosial. Selain itu, pemasaran digital dapat menjangkau calon pengunjung dari daerah lain yang ingin mengikuti festival.

Kegiatan penyuluhan dilakukan pada hari Jum'at, 25 Februari 2022 di Balai Desa Candi Wates. Kegiatan penyuluhan dihadiri oleh pengelola Candi Jawi dan anggota BUMDes. Pada awal kegiatan penyuluhan dipresentasikan program revitalisasi situs wisata Candi Jawi yaitu pembelajaran dan festival. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan presentasi anggaran wisata yang dapat menjadi sumber pendapatan asli desa. Kegiatan inti adalah penggunaan teknologi informasi untuk membuat konten pembelajaran, desain pamflet dan pemasaran digital menggunakan media sosial.

Jande

Pengurus program kerja JANDE adalah anggota dari BUMDes yang dipimpin oleh Bapak Akhmad Irfan. Jande belum memiliki inisiatif membentuk organisasi formal karena masih bersifat penajakan sejak tahun 2018. Potensi JANDE sebagai industri rumahan yang dapat memberikan kontribusi pada Pendapatan asli desa cukup besar. Kami mengusulkan agar inisiatif pembentukan organisasi formal JANDE sebagai salah satu bagian dari BUMDes. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah pembentukan pengurus tetap dan ijin usaha pada lembaga terkait. Pengurus JANDE akan membuat alokasi sumber daya ekonomi dalam pembuatan, pemasaran, penjualan dan pengiriman jajanan tradisional menjadi lebih efisien. Berikut adalah susunan pengurus beserta tugasnya:

- Ketua JANDE bertugas sebagai penanggung jawab organisasi, koordinator anggota, penyuluh pada ibu-ibu pembuatan jajanan tradisional, pembicara pada organisasi eksternal (misalnya promosi ke pameran di daerah lain) dan meningkatkan profesionalitas pengurus dibawahnya.
- Sekretaris JANDE bertugas sebagai admin dari pemasaran digital dan manajemen penjualan online. Saluran pemasaran digital yang digunakan adalah instagram, facebook, dan Whatsapp. Manajemen penjualan online dilakukan pada fitur Gofood dari aplikasi Go Jek. Selain itu, pembeli dapat memesan langsung dari media sosial dengan pembayaran transfer bank atau dompet digital (Dana dan OVO).
- Bendahara JANDE (Mbak Dani) bertugas mengelola transaksi keuangan pada proses pembuatan jajanan tradisional, penjualan dan biaya rutin organisasi. Dengan penggunaan aplikasi Spread Sheet, maka bendahara dapat dengan mudah menyusun dan melaporkan keuangan organisasi JANDE. Selain itu, bendahara bertugas sebagai penghubung antara JANDE dan BUMDes terkait pendapatan asli desa.
- Pembantu umum JANDE bertugas untuk memberikan dukungan pada proses pengumpulan, penataan, pengemasan dan pengiriman jajanan tradisional.

Visi dan misi sangat penting bagi pendirian dan kelangsungan organisasi JANDE. Kami mengusulkan agar Visi yang diciptakan selaras dengan tujuan awal pendirian organisasi yaitu melestarikan jajanan tradisional. Misi organisasi merupakan langkah-langkah perwujudan Visi organisasi secara nyata dan dapat diterapkan. Berikut adalah visi dan misi JANDE:

Visi:

melestarikan jajanan tradisional dengan memproduksi dan menjual jajanan kepada masyarakat umum.

Misi:

1. *Memproduksi minimal sepuluh jajanan tradisional dan dua jajanan khas daerah Pasuruan yaitu jipang dan klepon*
2. *Memasarkan jajanan tradisional melalui media konvensional dan digital*
3. *Melestarikan resep jajanan tradisional pada generasi muda melalui pembelajaran secara rutin.*
4. *Menyebarkan jajanan tradisional di daerah Kabupaten Pasuruan*

Visi organisasi JANDE adalah melestarikan jajanan tradisional melalui kegiatan ekonomi yang bersifat kekeluargaan. Produksi jajanan tradisional dilakukan oleh ibu-ibu warga desa dengan dibantu oleh organisasi pemuda. Dalam mencapai visi JANDE maka ditetapkan langkah-langkah utama yang terdapat dalam misi organisasi. Jajanan tradisional sangat banyak jenisnya, sehingga diperlukan spesialisasi terlebih dahulu agar dapat mempertahankan kualitas dan rasa. Oleh karena itu, langkah pertama adalah memproduksi 10 jenis jajanan tradisional yang populer. Kemudian memasarkan jajanan tradisional melalui media konvensional seperti selebaran dan media digital seperti media sosial sebagai bagian dari pemasaran bauran (Mayasari, Sugeng, &

Ratnaningtyas, 2021). Resep jajanan tradisional perlu dilestarikan dengan memberikan pembelajaran pada generasi muda sebagai langkah ketiga misi JANDE. Langkah terakhir adalah menyebarluaskan jajanan tradisional sebagai makanan khas daerah Pasuruan melalui media sosial.

Pengembangan organisasi JANDE sebagai aset desa yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi dapat tetap berjalan dengan mengadopsi teknologi sehingga tidak terhambat oleh kebijakan pembatasan sosial. Dengan kemajuan teknologi diperlukan sumber daya manusia yang dapat memanfaatkannya untuk perkembangan penjualan jajanan tradisional. Penyuluhan tentang pengenalan dan penguasaan teknologi pemasaran digital, pembayaran online, jual beli online serta jasa pengiriman perlu dilakukan dengan terpadu agar dapat memberikan pemahaman secara menyeluruh.

Prosedur produksi jajanan tradisional dimulai dari pemesanan oleh konsumen. Terdapat jajanan yang memiliki masa simpan yang relatif panjang seperti Jipang sehingga dapat dipesan setiap saat. Namun sebagian besar jajanan memiliki masa simpan terbatas sehingga proses produksi harus menunggu pesanan terlebih dahulu seperti klepon, lempeng, apem, kucur, dll. Sekretaris akan mencatat pemesanan dan memberikan pada pembantu umum untuk menyampaikan pada ibu-ibu pembuat kue. Setelah kue jadi, maka pembantu umum akan mengumpulkan dan mengemas jajanan tradisional dengan kemasan JANDE. Kemudian mengirimkan secara langsung kepada konsumen atau melalui aplikasi Go Jek. Untuk pemesanan melalui aplikasi Go Food, pembeli dapat memesan dan akan langsung di sampaikan pada pembantu umum. Khusus untuk pembelian dalam jumlah besar, maka proses pembuatan akan memakan waktu 24 jam.

Kegiatan penyuluhan telah dilakukan pada hari Jum'at, 25 Februari 2022 di Balai Desa. Pada kegiatan penyuluhan dengan tema pembentukan organisasi formal dihadiri oleh anggota BUMDes dan organisasi pemuda. Presentasi diawali dengan penyampaian potensi JANDE untuk menjadi organisasi komersial yang dapat meningkatkan pendapatan asli desa. Kemudian disampaikan struktur organisasi dan prosedur penjualan jajanan tradisional. Pada bagian inti dijelaskan tentang penggunaan aplikasi Go Food, Go Jek, Media Sosial, Pemasaran digital dan pembayaran online. Hasil kegiatan penyuluhan diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pengelolaan JANDE secara profesional dan penggunaan pemasaran digital sehingga organisasi dapat tetap berjalan tanpa melanggar protokol Kesehatan.

5 Kesimpulan

Upaya peningkatan pendapatan asli desa dengan peningkatan sumber daya manusia dalam pengelolaan aset desa melalui penyuluhan dengan tema pemasaran digital berlangsung dengan baik dan mendapatkan dukungan dari warga. Dengan pengelolaan yang baik maka aset desa candiwates yang meliputi situs wisata Candi Jawi dan JANDE akan memberikan kontribusi pada pendapatan asli desa. Pengembangan Candi Jawi sebagai icon wisata budaya di Kecamatan Pandaan dapat dilakukan dengan pelaksanaan festival budaya pada hari-hari tertentu. Peningkatan wisatawan lokal akan memberikan kontribusi nyata pada pendapatan asli desa Candiwates. Pengembangan organisasi JANDE sebagai produsen jajanan tradisional dengan menggunakan teknologi modern dapat melestarikan jajanan ndeso sebagai warisan budaya disamping memperoleh keuntungan ekonomis.

Daftar Pustaka

- [1] Alhaidari, N., Kabanda, S., & Almukhaylid, M. (2021). The Challenges Of Implementing Social Media Marketing In The Tourism Industry: A Systematic Review. *Conference: 19th International Conference e-Society 2021*.
- [2] Alizah, N., Ibrahim, M., & Adnan, A. A. (2021). PENGARUH MANAJEMEN PENGELOLAAN BADAN USAHA MILIK DESA TERHADAP PENINGKATAN PARTISIPASI MASYARAKAT DI DESA BILA RIASE KECAMATAN PITU RIASE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG. *Jurnal Ilmiah Administrasi*.
- [3] Andari, G. A., Sulindawati, N. E., & Atmadja, A. T. (2017). Optimalisasi Pengelolaan Pendapatan Asli Desa Untuk Meningkatkan Pembangunan Perekonomian Desa Pada Desa Pejarakan, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. *Jimat: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi S1*.
- [4] Buratti, N., Parola, F., & Satta, G. (2018). Insight On The Adoption of Social Media Marketing in B2B Services. *The TQM Journal*, 30.
- [5] Dewi, P. D., Saputra, K. A., & Prayudi, M. A. (2017). optimalisasi pemanfaatan dan profesionalisme pengelolaan aset dalam meningkatkan pendapatan asli desa. *Jurnal ilmiah akuntansi*, 2(2), 129-147.
- [6] Dodokh, A., & Al Maitah. (2019). Impact of Social Media Usage on Organizational Performance in the Jordanian Dead Sea Cosmetic Sector. *European Journal of Business and Management*.
- [7] Ghosh, C. (2017). A study on - evaluating marketing strategies adopted by home appliance for economic development in India. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1).

- [8] Ghosh, C., & Mukherjee, S. (2019). An exploratory study on marketing strategies of selected home appliances at kolkata metropolitan. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2).
- [9] Hallock, W., Roggeveen, A., & Crittenden, V. (2019). Firm-level perspectives on social media engagement: an exploratory study. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 22.
- [10] Hardilawati, W., Binangkit, I., & Perdana, R. (2019). ENDORSEMENT: MEDIA PEMASARAN MASA KINI. *Jurnal Ilmiah Universitas Putera Batam*.
- [11] Hasbi. (2018). Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Desa (PAD) di Desa Batuah Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kertanegara. *E-journal Ilmu Administrasi Negara*.
- [12] Hayyuna, R., Pratiwi, R. N., & Mindarti, L. I. (2014). Strategi Manajemen Aset BUMDES Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Desa (Studi pada BUMDES di Desa Sekapuk Kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Publik*.
- [13] Kariati, N., & Teristiyani, N. (2019). MEDIA PEMASARAN DIGITAL LEMBAGA PERKREDITAN DESA ADAT PETANG. *Just TI*.
- [14] lukka, k., & modell, s. (2010). validation in interpretive management accounting resarch . *Akutansi Multiparadigma*, 35(4), 462-477.
- [15] Mangindaan , J. V., & Manossoh, H. (2018). KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA PEERINTAHAN DESA DALAM PENGELOLAAN DANA DESA YANG BERSUMBER DARI ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA NEGARA DI KECAMATAN TEBUKAN UTARA KAB.KEPULAUAN SANGIHE. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 4(1), 35-49.
- [16] Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *AT-TADBIR Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 135-147.
- [17] Moleong, L. j. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung.
- [18] Perera, G., Gunatilake, W., & Wanniarachchi, W. (2021). *An Interactive E-Commerce Website for the Beauty Industry in Sri Lanka*.
- [19] K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*.
- [20] L. (2013). Menilik Urgensi Desa di Era Otonomi Daerah. *Jurnal of Rural and Development*.
- [21] Saputra, R., Ardiani, L. N., & Setiadi, A. (2020). Digital Marketing sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Batang. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 352-356.
- [22] Sari, P., & Ummur, S. W. (2019). ANALISIS KINERJA BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) DIDESA POHUWATO KABUPATEN POHUWATO. *Accountia Journal*.
- [23] P. (2019). PERAN SISTEM MANAJEMEN PADA BUMDES DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DESA. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- [24] Stokinger, E., & Ozuem, W. (2016). *The Intersection of Social Media and Customer Retention in the Luxury Beauty Industry*.
- [25] Taufik, T., Anisma, Y., Yusralaini, & Susilatri. (2019). PELATIHAN MANAJEMEN ASET DESA DI DESA MEREMPAN HULU KECAMATAN SIAK, KABUPATEN SIAK. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 3(2).
- [26] Widjaja, Y. R., Alamsyah, d. p., & Roheni, H. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor,Sumedang. *Jurnal ABDIMAS BSI JURNAL Pengabdian kepada masyarakat*, 1(3), 465-476.