

**PEMETAAN POTENSI DAERAH  
DAN PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN UMKM  
DESA SUNGIWETAN**

Dyajeng Puteri Woro Subagio  
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan  
dyajengsubagio@gmail.com

**ABSTRACT**

*The potential of a region is an important aspect that the Village Government should focus on, with one of its primary objectives being the welfare of the community. The development of a village can be observed through its social and economic resources, as well as its ability to manage them. Sungiwetan Village has encountered challenges in mapping its regional potential. Consequently, the products originating from Sungiwetan remain underexposed and unknown to the wider community. Moreover, there are several untapped and underdeveloped regional potentials. Therefore, the community engagement team from Unmer Pasuruan, in agreement with the target beneficiaries of this program, including the Village Government, village chiefs, the head of the Village-Owned Enterprises (BUMDes), and small and medium-sized enterprises (SMEs) participants in the Focus Group Discussion (FGD), has initiated a program for mapping, profiling, and supporting the marketing of Sungiwetan's regional potential. This program is executed through five methods: 1) Preparation phase, 2) Data collection and profiling of SMEs, 3) Socialization of marketing strategies and product innovation mentoring, 4) The creation of a catalog and map of Sungiwetan Village's regional potential, and 5) Evaluation. The program has been successfully implemented, as evidenced by the accomplishments, including the SME catalog of Sungiwetan Village, the regional potential map, product innovations, and the enhanced understanding of product strategies, promotion, and digital marketing among SME participants.*

**Keywords:** *regional potential, marketing strategy, SME catalog, regional potential map.*

**PENDAHULUAN**

Identifikasi potensi desa merupakan hal yang penting dilakukan oleh pemerintah Desa salah satu tujuannya yaitu untuk kesejahteraan masyarakat. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menjelaskan bahwa kedudukan pemerintah Desa berperan penting dalam mensejahterakan masyarakat. Pemerintah Desa mengatur wilayahnya berdasarkan asas musyawarah, kemandirian, partisipasi, pemberdayaan dan keberlanjutan (Arnowo, 2020). Perkembangan Desa dapat dilihat dari sumber daya sosial dan sumber daya ekonomi serta kemampuan Desa dalam mengelolanya (Utami et al., 2019). Hal ini tentu berkaitan erat dengan potensi daerah yang dimiliki oleh Desa tersebut. Oleh karenanya pemetaan potensi desa perlu dilakukan oleh Pemerintah Desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya (Setya Yunas, 2019).

Desa Sungiwetan merupakan salah satu Desa yang terletak di Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur. Desa Sungiwetan memiliki luas 188.075 Ha dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

- Utara : Bagian Timur Desa Sukorejo Kecamatan Pohjentrek Bagian Barat Desa Tambakrejo Kecamatan Kraton
- Timur : Desa Tidu Kecamatan Pohjentrek
- Selatan : Desa Dhompo Kecamatan Kraton
- Barat : Bagian Selatan Desa Sungikulon Kecamatan Pohjentrek Bagian Utara Desa Asemkandang Kecamatan Kraton

Desa Sungiwetan memiliki jumlah penduduk sebanyak 3.471 jiwa yang tersebar di 4 Dusun yaitu Dusun Sugi Kidul, Sugi Taman, Sugi Tengah, dan Suko. Bentang wilayah Desa Sungiwetan di dominasi oleh lahan pertanian yang ditanami dengan berbagai komoditas diantaranya jagung, padi, tebu, sayur, dan sedikit buah-buahan seperti melon dan blewah. Sebagian besar masyarakat Sungiwetan bermatapencaharian sebagai buruh tani, pemilik sawah, petani dan tukang dan buruh bangunan. Perekonomian Desa Sungiwetan juga didukung oleh keberadaan beberapa UMKM yang dijalankan oleh masyarakat setempat. Namun berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh tim abdimas, keanekaragaman usaha masyarakat belum terdata dengan baik sehingga tidak ada gambaran mengenai pemetaan potensi UMKM. Hal ini juga menyebabkan pemerintah Desa belum bisa mengoptimalkan potensi daerahnya. Padahal, keterlibatan pemerintah Desa untuk memajukan UMKM sangat diperlukan (Wardhani Mas et al., 2022).

Berdasarkan fakta lapangan sebagian besar UMKM belum mengenal strategi pemasaran produk yang efektif sesuai dengan jenis produknya. Warga setempat masih belum memiliki pasar baik lokasi maupun konsumen yang konsisten, akibatnya pendapatannya pun tidak menentu. Produk-produk UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Sungiwetan umumnya dijual murah kepada para pedagang ritel tanpa identitas produk. Para pedagang ritel akan menjual kembali kepada konsumen akhir dengan *brand* mereka sendiri. Seperti contoh UMKM songkok dan tas yang ada di Desa Sungiwetan. Mereka biasanya akan menjual produk "*kosongan*" dalam artian tanpa memberikan *brand* pada produknya. Hal ini tentu akan menghilangkan identitas Potensi Desa Sungiwetan sebagai penghasil produk tersebut. Sehingga bisa dikatakan pengelolaan dan pemasarannya tergolong belum optimal. Padahal jika masyarakat dapat mengelola hasil produksinya dan menambahkan *value added* didalamnya akan menghasilkan produk dengan harga yang lebih tinggi yang nanti diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa setempat.

Hasil analisa yang dilakukan oleh tim abdimas didapatkan 3 masalah utama yaitu: 1) Pemerintah Desa belum mengidentifikasi potensi daerah setempat, 2) Kurangnya pengetahuan warga khususnya pelaku UMKM tentang strategi pemasaran, 3) Kurangnya inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM yang ada di Desa Sugi Wetan. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim abdimas merancang sebuah solusi diantaranya: 1) Melakukan profiling dan pemetaan potensi daerah Desa Sungiwetan, 2) Mengadakan sosialisasi tentang strategi pemasaran, dan 3) Mengadakan pelatihan inovasi produk kepada UMKM yang berpotensi di Desa Sungiwetan.

Solusi yang dirancang akan dilakukan direalisasikan dalam beberapa tahapan yaitu 1) Tahapan persiapan dengan melakukan wawancara dan FGD dengan para perangkat Desa, Ketua Bumdes dan beberapa pelaku usaha yang ada di Desa SugiWetan, 2) melakukan pendataan dan pengumpulan profil UMKM yang terdapat di Desa Sungiwetan, 3) sosialisasi tentang strategi pemasaran bersamaan dengan pendampingan inovasi produk, 4) pembuatan katalog dan peta potensi daerah Desa Sungiwetan, dan terakhir 5) evaluasi pemahaman pelaku UMKM tentang materi sosialisasi dan ketrampilan mereka dalam membuat inovasi produk. Tahapan-tahapan

tersebut merupakan rangkaian program abdimas yang dilakukan oleh tim Universitas Merdeka Pasuruan dengan judul pemetaan potensi daerah dan pendampingan strategi pemasaran Desa Sungiwetan.

## METODE PELAKSANAAN

Program abdimas pemetaan potensi daerah dan pendampingan strategi pemasaran Desa Sungiwetan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di Desa Sungiwetan dilakukan dengan metode kunjungan *door to door* untuk memetakan usaha-usaha yang dimiliki oleh warga Sungiwetan, sosialisasi dan pelatihan secara langsung kepada UMKM potensial. Pelaksanaan program dikerjakan dalam kurun waktu 3 bulan yaitu dari bulan Mei- Juli 2023. Kegiatan abdimas dibagi menjadi 5 tahapan sebagai berikut:

### 1. Tahap Persiapan

Tahap Persiapan dilakukan oleh tim abdimas dengan berkunjung ke Kantor Desa Sungiwetan dan melakukan FGD dengan sasaran seperti para kepala Dusun, Ketua Bumdes dan beberapa pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya di Desa Sungiwetan. Hal ini dilakukan untuk mendiskusikan permasalahan-permasalahan terkait dengan potensi daerah Desa Sungiwetan. Kemudian tim abdimas menawarkan beberapa solusi untuk menyikapi permasalahan yang terjadi. Output pada tahapan ini adalah kesepakatan bahwa tim abdimas dibantu oleh para perangkat Desa dan kepala Dusun akan merealisasikan program pemetaan potensi daerah dan pendampingan strategi pemasaran Desa Sungiwetan. Selanjutnya ketua abdimas, membagi tim menjadi 4 bagian tim. Setiap tim bertanggungjawab untuk melakukan pendataan, profiling dan pembinaan kepada UMKM yang ada di satu Dusun. Terdapat 4 Dusun diantaranya: Dusun Sungi Kidul, Sungi Taman, Sungi Tengah, dan Suko. Kegiatan ini dilakukan dengan metode *door to door* yang mana setiap tim akan berkunjung ke lokasi UMKM secara langsung dengan rekomendasi dari Kepala Dusun setempat. Kegiatan FGD tersebut didokumentasikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap persiapan dan FGD bersama pemangku kepentingan

### 2. Pendataan dan pengumpulan profil UMKM

Pendataan dilakukan dengan membagi tim menjadi 4 kelompok. Setiap tim bertanggungjawab untuk melakukan pendataan dan profiling kepada UMKM yang ada di satu Dusun. Terdapat 4 Dusun diantaranya: Dusun Sungi Kidul, Sungi Taman, Sungi Tengah, dan Suko. Kegiatan ini dilakukan dengan metode dari rumah ke rumah yang mana setiap tim akan berkunjung ke lokasi UMKM secara langsung dengan rekomendasi dari Kepala Dusun setempat dan didampingi oleh ibu-ibu kader. Masing-masing tim beranggotakan 3-4 orang yang akan mendata dengan mengisi google form yang sudah disediakan oleh tim. Isian yang harus diisi diantaranya: 1. Nama usaha, 2. Nama pemilik usaha, 3. Lokasi survey (berdasarkan Dusun tempat lokasi UMKM), 3. Alamat lengkap, 4. Jenis usaha, 5. Produk unggulan, 6. Perkiraan omzet per bulan, 7. Target pasar, 8. Media pemasaran, 9. Sosial media/ contact person, 10. Upload lokasi usaha dan foto produk, dan yang terakhir adalah 11. Share lokasi tempat usaha. Data tersebut dikumpulkan dan ditabulasi oleh tim untuk dijadikan acuan pembuatan katalog

UMKM Desa Sungiwetan dan pembuatan peta potensi Desa Sungiwetan. Selain mengisi pertanyaan yang ada di google form, tim abdimas akan mengundang para pelaku usaha untuk turut serta dalam acara sosialisasi dan pelatihan pengembangan inovasi produk.

3. Sosialisasi tentang strategi pemasaran dan pendampingan inovasi produk  
Peserta sosialisasi merupakan para pelaku UMKM yang diundang di kantor Desa Sungiwetan untuk mendapatkan materi dan pelatihan terkait dengan strategi pemasaran. Materi yang dipaparkan oleh tim abdimas meliputi strategi produk termasuk inovasi produk dan packaging serta strategi promosi yang mana didalamnya dikenalkan juga terkait dengan digital marketing. Pada tahapan ini peserta akan diajak diskusi terkait dengan inovasi pengembangan produk yang mereka punya. Tim abdimas sebagai fasilitator akan memberikan masukan-masukan kepada para pelaku UMKM. Pendampingan pelaksanaan pendampingan tidak dapat dilakukan dalam waktu sehari sehingga tim abdimas membagi pendampingan inovasi produk kepada tim di masing-masing Dusun.
4. Pembuatan katalog dan peta potensi daerah Desa Sungiwetan  
Data yang dihasilkan oleh tim abdimas di masing-masing Dusun diantaranya Dusun Sungai Kidul, Sungai Taman, Sungai Tengah, dan Suko akan ditabulasi berdasarkan jenis produk dan wilayah per Dusun. Hal ini penting dilakukan agar katalog dapat didesain menarik dan mudah untuk dibaca. Tim abdimas juga mendesain peta potensi daerah berdasarkan titik lokasi tempat usaha berada. Pemetaan ini bertujuan agar potensi daerah setiap Dusun dapat diketahui dengan jelas serta mempermudah masyarakat luar menuju UMKM terkait.
5. Evaluasi  
Evaluasi program abdimas ini didasarkan atas ketercapaian masing-masing kegiatan, diantaranya:
  - a. Pendataan dan pengumpulan profil UMKM  
Capaian: 1) Terbentuknya katalog UMKM Desa Sungiwetan berdasarkan jenis usaha dan lokasi usaha, serta 2) terbentuknya peta potensi Desa Sungiwetan.
  - b. Sosialisasi tentang strategi pemasaran dan pendampingan inovasi produk  
Capaian: 1) Pemahaman para pelaku UMKM Desa Sungiwetan tentang materi strategi pemasaran (evaluasi menggunakan angket pertanyaan) dan 2) Terbentuknya produk hasil inovasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan potensi daerah Desa Sungiwetan dilakukan oleh tim abdimas Unmer Pasuruan dibantu oleh perangkat Desa serta warga Desa Sungiwetan. Berdasarkan data yang didapatkan, luas wilayah Desa Sungiwetan yaitu sebesar 188.075 ha dengan klasifikasi penggunaan yang dituliskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Klasifikasi penggunaan lahan

Klasifikasi penggunaan lahan	Luas lahan (ha)
Persawahan	92.578
Pemukiman	58.737
Bangunan	11.626
Ladang	7.355
Lainnya	17.779
Jumlah luas keseluruhan	188.075

Berdasarkan Tabel 1. Didapatkan bahwa sebagian besar wilayah di Desa Sungiwetan didominasi oleh lahan pertanian yaitu persawahan dan ladang. Komoditas jagung merupakan

potensi pertanian yang paling besar. Luas wilayah lahan jagung sebesar 82 ha, disusul oleh lahan padi sebesar 7 ha, kedelai sebesar 3 ha serta sisanya merupakan lahan tanaman musiman seperti sayuran dan buah-buahan. Hasil pertanian merupakan potensi terbesar dari Desa Sungiwetan. Sehingga sebagian besar masyarakat bermatapencaharian sebagai petani yang diklasifikasikan diantaranya 463 orang petani pemilik sawah, 317 petani penggarap, dan 553 buruh tani. Selain pertanian, di Desa Sungiwetan terdapat sebagian masyarakat yang memiliki hewan ternak. Pada masyarakat Desa, hewan ternak biasa dijadikan sebagai tabungan bagi masyarakat sebab hewan ternak akan dibesarkan dan dijual ketika pemilik membutuhkan dana. Berdasarkan hasil wawancara, penjualan ternak seperti kambing atau sapi akan laku keras pada saat mendekati hari raya kurban. Tim abdimas mendapatkan data bahwa potensi perternakan yang ada di Desa Sungiwetan diantaranya: 1) Ternak ayam: 5000 ekor, 2) Kambing: 110 ekor, 3) Sapi: 35 ekor, dll.

Pendataan UMKM dilakukan oleh tim abdimas pada 4 Dusun yang terdapat di Desa Sungiwetan yaitu Dusun Sungi Kidul, Sungi Taman, Sungi Tengah, dan Suko. Kegiatan ini dilakukan dengan metode dari rumah ke rumah yang mana setiap tim berkunjung ke lokasi UMKM secara langsung dengan rekomendasi dari Kepala Dusun setempat dan didampingi oleh ibu-ibu kader untuk menunjukkan lokasi usaha. Masing-masing tim beranggotakan 3-4 orang telah melakukan pendataan dengan wawancara pada pelaku usaha. Pertanyaan yang diajukan oleh tim meliputi: 1) Nama usaha, 2) Nama pemilik usaha, 3) Lokasi survey (berdasarkan Dusun tempat lokasi UMKM), 4) Alamat lengkap, 5) Jenis usaha, 6) Produk unggulan, 7) Perkiraan omzet per bulan, 8) Target pasar, 9) Media pemasaran, 10) Sosial media / *contact person*, 11) Upload lokasi usaha dan foto produk, dan yang terakhir adalah 11) *Share* lokasi tempat usaha.

Hasil wawancara diinput oleh tim pada google form yang sudah disediakan oleh tim. Kegiatan pendataan ini didapatkan berbagai jenis UMKM yang tersebar di 4 Dusun. UMKM tersebut kami klasifikasikan berdasarkan jenis usaha diantaranya UMKM peternakan dan pertanian, kuliner, ritel (took klontong), penjahit, meuble, kerajinan dan jasa. Selain itu, tim juga mengklasifikasikan UMKM berdasarkan lokasi tempat dimana usaha berada yang mana hal ini diklasifikasikan berdasarkan dusun. Setelah data UMKM didesain semenarik mungkin untuk dijadikan katalog UMKM Desa Sungiwetan seperti Gambar 2.



Gambar 2. Kutipan katalog UMKM Desa Sungiwetan

Berdasarkan data yang didapatkan, ditemukan bahwa sebagian besar usaha masih menggunakan promosi yang tergolong tradisional. Pelaku usaha kurang memahami tentang penggunaan media digital dalam memasarkan produknya. Hal ini dibuktikan ketika tim abdimas menanyakan tentang sosial media atau *contact person* dari usaha mereka, tidak sedikit yang menjawab tidak ada. Selain itu, terdapat beberapa usaha yang memiliki produk yang bagus dan berkualitas namun tidak dikemas dengan baik. Pengemasan akan mempengaruhi persepsi pelanggan dalam menilai suatu produk. Hasilnya produk-produk yang tidak dikemas dengan baik, biasa akan memiliki nilai jual yang rendah. Hal ini terbukti ketika tim abdimas menanyakan harga pruduk yang mereka juga. Pelaku UMKM menjual produknya dibawah rata-rata harga pasar

meski produk mereka tergolong berkualitas. Oleh karenanya, tim mengadakan sosialisasi tentang materi dan pelatihan terkait dengan strategi pemasaran. Materi yang dipaparkan oleh tim abdimas meliputi strategi produk termasuk inovasi produk dan *packaging* serta strategi promosi yang mana didalamnya dikenalkan juga terkait dengan *digital marketing*. Pada sosialisasi tim abdimas belum menargetkan peserta cakap dalam mengoperasikan media digital dalam memasarkan produk sebab tim abdimas menyadari bahwasannya sebagian besar peserta masih awam dengan media digital bahkan tidak memiliki alat komunikasi seperti *smartphone*. Oleh karenanya, tim hanya menargetkan agar para pelaku usaha setidaknya mengenal dan fokus meningkatkan nilai produk dengan cara melakukan inovasi produk. Pada tahapan ini peserta diajak diskusi terkait dengan inovasi pengembangan produk yang mereka punya. Tim abdimas sebagai fasilitator memberikan masukan-masukan kepada para pelaku UMKM. Hasilnya, sebagian UMKM memilih menambah varian produk dan melakukan *repackaging* produknya agar terlihat menarik. Karena keterbatasan waktu pada saat sosialisasi, sehingga tim abdimas membagi pendampingan inovasi produk kepada tim di masing-masing Dusun dalam rentang waktu 1 bulan. Setelah proses pendampingan berlangsung didapatkan 8 produk yang berhasil diinovasikan dan dipamerkan pada bazar yang diakan oleh Universitas Merdeka Pasuruan sebagai bagian dari upaya promosi (Gambar 3). Produk-produk tersebut dituliskan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Produk Inovasi UMKM Desa Sungiwetan

No.	Produk	Bentuk Inovasi
1.	Songkok Ar-Rayyan	Labeling dan Repackaging
2.	Arabian Kopi Rempah	Penambahan varian kopi rempah, labeling dan repackaging
3.	Es Agogo Sungi Wetan	Penambahan varian es jagung serut, jamu, dan rempah, serta labeling dan repackaging
4.	Minuman Tebu Lemon "Seger Waras"	Penambahan varian mix tebu lemon, labeling dan packaging
5.	Rice bowl spicy chicken corn	Penambahan virain ayam saus jagung pedas, labeling dan packaging
6.	Transparant shopping bag	Labeling dan Repackaging
7.	Komposter 2 tingkat	Teknologi Tepat Guna (TTG) pembuatan pupuk kompos daun kering dengan output kompos cair dan padat

Pada tahapan akhir program dilakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi ini didasarkan atas tujuan dan output yang diharapkan pada awal direncanakan program ini. Program pendataan dan pengumpulan profil UMKM berhasil menghasilkan output berupa katalog UMKM Desa Sungiwetan yang telah diserahkan kepada pemerintah Desa. Hal ini bertujuan agar pemerintah Desa bisa lebih aktif dalam mempromosikan potensi daerah yang mereka punya. Peta potensi daerah Sungiwetan merupakan output lain dari program ini. Peta ini telah dibuat dan dipasang di kantor Desa Sungiwetan (Gambar. 4). Selanjutnya program sosialisasi dievaluasi dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada para peserta UMKM di Desa Sungiwetan terkait dengan materi strategi pemasaran yang telah dipaparkan oleh tim abdimas. Hasilnya, sebagian besar peserta menjawab pertanyaan dengan tepat. Tim abdimas memberikan *reward* kepada para peserta yang berhasil menjawab pertanyaan dengan sempurna berupa *dorprice*.



Gambar 3. Bazar produk inovasi UMKM Desa Sungiwetan

Hal ini menunjukkan bahwa peserta sosialisasi memahami dengan baik akan apa yang disampaikan oleh tim abdimas, terutama teriakit dengan materi strategi produk, promosi dan pengenalan digital marketing. Evaluasi terakhir merupakan penilaian apakah pelaku UMKM berhasil melakukan inovasi pada produknya atau tidak. Dengan pendampingan dan arahan yang diberikan oleh tim abdimas, menunjukkan bahwa mereka berhasil memberikan nilai tambah kepada produk yang mereka buat seperti yang dapat dilihat di Gambar. 3. Keberhasilan program ini tentu harus bisa dilanjutkan, baik oleh para pelaku UMKM dan pemerintah Desa Sungiwetan. Harapannya, dengan berlanjutnya program pengembangan potensi daerah ini dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Sungiwetan.



Gambar 4. Peta potensi desa Sungiwetan

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Desa Sungiwetan merupakan salah satu Desa di Kabupaten Pasuruan yang sebagian besar wilayahnya didominasi oleh lahan pertanian. Selain itu, terdapat beberapa potensi daerah yang belum tereksplorasi dan kurang berkembang dengan baik. Oleh karenanya tim abdimas Unmer Pasuruan bersepakat dengan pemerintah Desa, kepala dusun, ketua bumdes dan pelaku UMKM dalam forum FGD untuk melakukan program pemetaan, profiling dan pendampingan pemasaran potensi daerah Sungiwetan. Program ini dilaksanakan dengan melalui 5 tahapan diantaranya: 1) Tahapan persiapan dengan melakukan wawancara dan FGD dengan para perangkat Desa, Ketua Bumdes dan beberapa pelaku usaha yang ada di Desa SungiWetan, 2) melakukan pendataan dan pengumpulan profil UMKM yang terdapat di Desa Sungiwetan, 3) sosialisasi tentang strategi pemasaran bersamaan dengan pendampingan inovasi produk, 4) pembuatan katalog dan peta potensi daerah Desa Sungiwetan, dan terakhir 5) evaluasi pemahaman pelaku UMKM tentang

materi sosialisasi dan ketrampilan mereka dalam membuat inovasi produk. Semua tahapan telah terlaksana dengan baik dan menghasilkan output berupa katalog UMKM Desa Sungiwetan, peta potensi daerah, inovasi produk binaan, serta pemahaman pelaku UMKM pada strategi produk, promosi dan mengenal digital marketing.

#### Saran

Program ini diharapkan terus berkelanjutan sehingga kami menyarankan agar pelaku UMKM bisa terus mengembangkan produknya agar menjadi produk unggulan bagi Desa Sungiwetan. Selanjutnya pemerintah Desa khususnya Bumdes Sungiwetan diharapkan dapat menjadi penjemputan bagi para pelaku UMKM dengan cara mempromosikan potensi-potensi yang ada di Desanya sehingga lebih diminati oleh konsumen diluar sana. Sehingga harapannya produk UMKM yang ada di Desa Sungiwetan dapat bisa lebih terkenal dan menjadi identitas potensi daerah, terlebih dapat meningkatkan kesejahteraan warga dan pemasukan Desa Sungiwetan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

1. Pemerintah Desa Sungiwetan
2. Kepala Dusun Sungi Kidul, Sungi Taman, Sungi Tengah, dan Suko
3. Para Kader Desa Sungiwetan
4. UMKM Desa Sungiwetan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arnowo. (2020). Pembuatan Peta Tematik Desa Lengkap Berbasis Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Pertanahan*, 10(2), 172-183.
- Setya Yunas, N. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan*, 3(1), 37-46. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46>
- Utami, K. S., Tripalupi, L. E., & Meitriana, M. A. (2019). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota Ditinjau Melalui Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 498-508. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/21545/14001> Wardhani Mas, K., Finatsiyatull Rosida, D., Abidin Achmad, Z., Defi Anita, N., Muruah, I., & almira Nur
- Aini, Z. (2022). Pendampingan Penggunaan Platform Digital untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Desa Kebondalem. *ETDC Indonesia*, 1(1), 428-436. <https://etdci.org/journal/patikala/>