

**STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI
PENGEMBANGAN APOTEK BADAN USAHA MILIK KALURAHAN
BERSAMA MEKARSARI TEPUS GUNUNGKIDUL**

**Novta Berliana¹, CWD Purbaningrum², Siti Rohmah³, Imsak Rochmadi⁴,
Nurdiana Tri Mulatsih⁵, Afriyanti⁶**

¹Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunung Kidul

²Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Gunung Kidul

E-mail: ¹nberliana93@gmail.com, ²newcatarina@gmail.com, ³rohmah_siti29@yahoo.com,
⁴imsak@ugk.ac.id, ⁵nurdianaugk@gmail.com, ⁶afriyanti@ugk.ac.id

Abstract

The concept of empowerment includes the notion of community development and community-based development, which means that people are fostered and trained so that they have knowledge, skills and expertise that can be utilized so that they can progress and be productive. One of the community empowerment programs is through Village Owned Enterprises (BUMDes) which are then referred to as BUMKal. One of the BUMDes that has succeeded in developing its business by empowering the community is BUMDes with Mekarsari. This BUMKal was established with the aim of carrying out economic business activities, public service activities, increasing the use value of village assets and potential for the welfare of the village community, and as a forum for organizing micro, small and medium enterprises in rural communities to improve the welfare of the village community. The research was conducted with a qualitative descriptive approach. Data collection was done by interview, observation, and literature study. From the research results, it can be concluded that setting up a business requires preparation and a mature concept. It is hoped that the established business will not only stand at that time but can also develop into a bigger one. Pharmacy is a health service unit that distributes pharmaceutical supplies to the public. As a health service unit, the pharmacy provides medicines needed by the community to achieve optimal health status.

Keywords: Development Strategy; Pharmacy; BUMKal; Community Empowerment.

Latar Belakang

Konsep pemberdayaan meliputi pengertian dari pembangunan masyarakat dan pembangunan yang bertumpu pada masyarakat yang berarti masyarakat dibina dan dilatih agar memiliki pengetahuan, keterampilan dan keahlian yang dapat dimanfaatkan agar mereka maju dan produktif (Vidhandika, 2006). Proses pemberdayaan merupakan sebuah usaha pendidikan yang bertujuan membangkitkan kesadaran dan keinginan untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan yang pada akhirnya akan memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraannya (Subekti et al., 2018). Kegiatan pemberdayaan masyarakat merupakan penekanan dari pengembangan masyarakat yang idealnya tidak hanya dilaksanakan dalam satu waktu, mengingat selain banyaknya permasalahan yang terjadi, tetapi juga untuk menjaga aspek keberlanjutan dan agar tujuan dapat tercapai secara maksimal (Nilzam Ali., et.al., 2020).

Salah satu program pemberdayaan masyarakat adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang merupakan wujud dari amanah dalam peraturan perundangan yang dikutip dalam Undang-Undang (UU) Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, yang menyebutkan bahwa dalam rangka meningkatkan pendapatan asli desa maka setiap desa berkewajiban mendirikan lembaga BUMDes ini. Peraturan lainnya yang terkait hal ini adalah Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Selanjutnya pemerintah desa akan menyusun Peraturan Desa (Perdes) tentang tata cara pembentukan dan pengelolaan BUMDes.

Masyarakat desa sepenuhnya melaksanakan pengelolaan BUMDes dengan asas dari desa, oleh desa, dan untuk desa. Mekanisme kerjanya dilaksanakan dengan mewadahi kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat dalam kelembagaan secara professional yang berlandaskan pada potensi asli desa. BUMDes diharapkan mampu menjadi akar kemandirian yang berlandaskan pada kegiatan ekonomi masyarakat yang produktif dan efektif serta dikembangkan dengan ciri khas desa.

Salah satu BUMDes untuk selanjutnya saat ini disebut sebagai Badan Usaha Milik Kalurahan atau BUMKal yang berkembang dengan baik adalah BUMKal Bersama Mekarsari yang berada di Kapanewon Tepus Kabupaten Gunungkidul. BUMDes Bersama Mekarsari ini didirikan pada tanggal 20 April 2022 dan berkedudukan di Padukuhan Bintaos, Kalurahan Sidoharjo, Kapanewon Tepus, Kabupaten Gunungkidul. BUMDes Bersama Mekarsari ini didirikan dengan tujuan melakukan kegiatan usaha ekonomi, kegiatan pelayanan umum, meningkatkan nilai guna atas asset dan potensi desa untuk kesejahteraan masyarakat kalurahan,

dan sebagai wadah mengorganisir usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang ada di masyarakat perdesaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat kalurahan.

BUMKals Bersama Mekarsari ini menyusun prioritas pengembangan usaha yang mendukung kegiatan ekonomi bersama meliputi pengembangan ekonomi warga, pengelolaan sumber daya alam (SDA) dan pengelolaan layanan dasar. Pemerintah terus berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas dengan menyusun program-program di berbagai bidang pembangunan, salah satunya bidang kesehatan. Upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat di bidang kesehatan salah satunya tersusun sistem kesehatan nasional yaitu meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, dimana salah satunya melibatkan fungsi apotek sebagai unit pelayanan.

Apotek merupakan salah satu unit pelayanan kesehatan yang menyalurkan perbekalan farmasi kepada masyarakat. Sebagai salah satu unit pelayanan kesehatan, apotek menyediakan obat-obatan yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk mencapai derajat kesehatan yang optimal. Dalam fungsi ini, apotek memiliki orientasi non profit (sosial). Namun di sisi lain tidak dapat diingkari bahwa apotek juga merupakan sebuah lembaga bisnis yang harus menghasilkan keuntungan atau dengan kata lain memiliki orientasi profit untuk dapat terus menjalankan usahanya. Kelebihan dari usaha apotek adalah tempat beroperasinya yang sangat fleksibel, usaha apotek bisa dibuka dimana saja, baik di perkotaan atau pun perdesaan. Meskipun daerah perdesaan memiliki jumlah penduduk yang tidak sebanyak perkotaan, namun peluang usaha apotek di perdesaan juga sangat potensial. Terlebih, desa merupakan salah satu penopang perekonomian di Indonesia, dan menjadi fokus pembangunan oleh pemerintah.

Peluang bisnis apotek di Kapanewon Tepus sangat menjanjikan, dilihat dari sisi kompetitor, jumlah apotek lain sebagai pesaing masih sedikit. Hal ini dapat dijadikan sebagai sebuah peluang, karena dengan jumlah apotek yang sedikit dan jumlah anggota masyarakat yang banyak memungkinkan BUMDes memiliki ceruk pasar yang luas. Masyarakat pun tidak perlu menempuh jarak yang terlalu jauh untuk membeli obat.

Selain sebagai penyedia obat, apotek juga sebagai sumber informasi kesehatan. Sumber informasi kesehatan ini adalah layanan tambahan selain sebagai penyedia obat, diantaranya informasi layanan dokter, konsultasi obat kepada apoteker, dan lain sebagainya. Semakin banyak orang yang datang untuk mengetahui informasi mengenai penyakit yang mereka derita, maka hal ini akan menghemat biaya pemasaran apotek karena masyarakat akan datang dengan sendirinya. Namun yang perlu dipastikan pula adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan pelayanan prima.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode wawancara. Tujuan dari metode wawancara adalah untuk memperoleh pandangan dan pendapat dari informan (Creswell, 2017). Pertanyaan-pertanyaan terbuka digunakan untuk mengidentifikasi kemungkinan faktor-faktor penentu kesuksesan dan strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di BUMKal Bersama Mekarsari. Tahap ini membantu menghasilkan wawasan tentang bagaimana BUMKal Bersama Mekarsari dalam menyusun strategi dan langkah nyata yang dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan Kalurahan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kapanewon Tepus. Kelebihan metode ini adalah dapat mengetahui secara mendalam tentang strategi yang dilakukan untuk keberhasilan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan BUMKal Bersama Mekarsari.

Wawancara mendalam dan semi terstruktur digunakan dalam penelitian kualitatif untuk melakukan diskusi, tidak hanya untuk mengungkapkan dan memahami pengembangan BUMKal Bersama Mekarsari melalui pemberdayaan masyarakat, tetapi juga untuk lebih menekankan pada eksplorasi mengapa pemberdayaan masyarakat ini penting dilakukan (Saunders, Lewis and Thornhill, 2019).

Penelitian ini dilakukan di Kapanewon Tepus Kabupaten Gunungkidul, D.I.Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan antara Februari – April 2023. Panjangnya waktu pengumpulan data dengan metode wawancara karena minimnya informan seperti kekurangan yang menyertai metode *snowball sampling*.

Target penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku industri kreatif. Selain pelaku industri kreatif, juga dilakukan studi pustaka berkaitan dengan informasi penting untuk penelitian dan mendukung kualitas artikel ilmiah ini. Penulis menggunakan metode studi pustaka dan *snowball sampling* dalam memperoleh subjek penelitian.

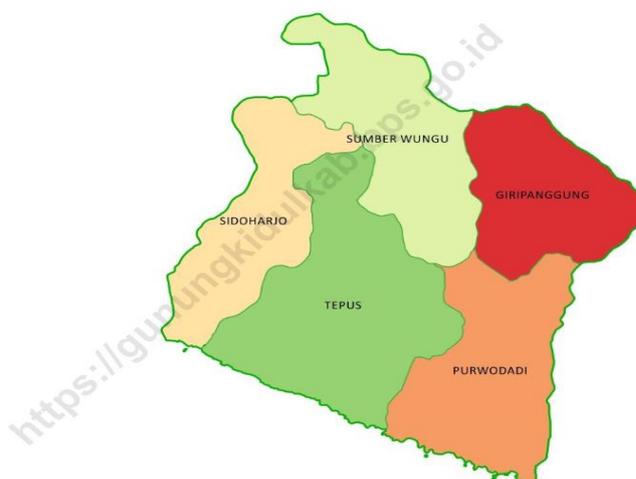
Dalam desain penelitian kualitatif, strategi pengumpulan data biasanya melibatkan pengumpulan sejumlah besar data pada sampel purposive yang agak kecil, menggunakan teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipan, atau kelompok fokus. Data primer adalah data yang dikumpulkan untuk masalah penelitian spesifik yang ada, menggunakan prosedur yang paling baik mengatasi masalah penelitian. Pada setiap kesempatan pengumpulan data primer, data baru ditambahkan ke penyimpanan pengetahuan sosial yang ada (Hox and Boeije, 2005).

Analisis data model interaktif, dikemukakan pada tahun 1984. Analisis data model interaktif ini memiliki tiga komponen, yaitu: reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga komponen utama yang terdapat dalam analisis data kualitatif itu harus ada dalam analisis data kualitatif, sebab hubungan dan keterkaitan antara ketiga komponen itu perlu terus dikomparasikan untuk menentukan arahan isi simpulan sebagai hasil akhir penelitian (Miles and Huberman, 1984). Dalam model analisis interaktif ini, analisis data sudah mulai dilakukan ketika proses pengumpulan data berlangsung di lapangan, dan analisis data dilakukan dalam bentuk siklus. Analisis data dimulai dengan proses pengumpulan data yang dilakukan secara terus-menerus hingga peneliti dapat menarik simpulan akhir. Apabila di akhir penelitian kesimpulan yang ditetapkan masih diragukan, pengulangan kembali langkah penelitian dari awal dapat dilakukan, peneliti dapat memulai kembali dari proses pengumpulan data, hingga diperoleh kembali data-data baru, kemudian dilakukan olah data untuk menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

Pembahasan

Kecamatan Tepus merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Gunungkidul. Kecamatan Tepus terdiri dari lima desa yang terdiri atas Desa Sidoharjo, Tepus, Purwodadi, Giripanggung, dan Sumberwungu. Luas Kecamatan Tepus yaitu 10.492,21 Ha dan desa terluas adalah Desa Tepus dengan luas sebesar 2.855,48 Ha.

Gambar 1
Peta Kecamatan Tepus



Tabel 1
Luas desa di Kecamatan Tepus

Desa Village	Luas Daerah Village Area (Ha)	Persentase Luas Desa Percentage of Village Area (%)
(1)	(2)	(3)
Sidoarjo	1 604,29	15,29
Tepus	2 855,48	27,22
Purwodadi	2 169,48	20,68
Giripanggung	2 035,98	19,40
Sumberwungu	1 826,98	17,41
Kecamatan Tepus Tepus Subdistrict	10 492,21	100,00

Sumber: gunungkidulka.bps.go.id

Dari tabel 1 dapat diketahui Desa Tepus merupakan desa dengan wilayah terluas di Kapanewon Tepus, yaitu dengan luas 2.855,48 Ha. Disusul Desa Purwodadi di peringkat kedua dengan luas 2.169,48 Ha, dan Desa Giripanggung pada peringkat ketiga dengan luas 2.035,98 Ha.

Tabel 2
**Jumlah Dusun, Rukun Warga dan Rukun Tetangga
Di Kapanewon Tepus**

Desa Village	Jumlah Total		
	Dusun	RW	RT
(1)	(2)	(3)	(4)
Sidoarjo	11	11	51
Tepus	20	20	89
Purwodadi	19	19	73
Giripanggung	14	15	60
Sumberwungu	19	19	85
Jumlah Total	83	84	358

Sumber: gunungkidulkab.bps.go.id

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa di Kapanewon Tepus terdapat 83 dusun, 84 RW, dan 358 RT. Desa Tepus merupakan desa dengan pembagian wilayah terbanyak, yaitu 20 dusun, 20 RW, dan 89 RT. Disusul Desa Sumberwungu dengan 19 dusun, 19 RW, dan 85 RT.

Sedang peringkat ketiga adalah Desa Purwodadi dengan 19 dusun, 19 RW, dan 73 RT.

Tabel 3
Banyaknya Penduduk di Kapanewon Tepus

Desa <i>Village</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>	Persentase <i>Percentage</i>	Sex Rasio <i>Sex Ratio</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Sidoarjo	3 251	3 443	6 694	18,99	94,42
Tepus	4 462	4 647	9 109	25,84	96,02
Purwodadi	3 670	3 792	7 462	21,17	96,78
Giripanggung	2 862	2 959	5 821	16,51	96,72
Sumberwungu	3 004	3 161	6 165	17,49	95,03
Jumlah <i>Total</i>	17 249	18 002	35 251	100,00	95,82

Sumber: gunungkidulkab.bps.go.id

Dari tabel 3 dapat diketahui jumlah penduduk di Kapanewon Tepus berjumlah 35.251 orang. Adapun desa dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Desa Tepus dengan 9.109 orang (25,84%). Disusul di peringkat kedua Desa Purwodadi, dengan jumlah 7.462 orang (21,17%).

Tabel 4
Banyaknya Penduduk Kapanewon Tepus Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Desa <i>Village</i>	Tidak Sekolah	Tidak Tamat SD	SD	SLTP
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Sidoarjo	1 622	339	2 471	1 289
Tepus	2 215	458	3 871	1 941
Purwodadi	1 729	446	3 136	1 681
Giripanggung	1 275	375	2 520	1 415
Sumberwungu	1 416	319	2 375	1 428
Jumlah <i>Total</i>	8 257	1 937	14 373	7 754

Desa Village	SLTA	D1-D3	S1	S2-S3
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Sidoarjo	1 001	62	63	3
Tepus	1 008	49	85	2
Purwodadi	794	44	59	1
Giripanggung	667	37	41	1
Sumberwungu	803	46	59	2
Jumlah Total	4 273	238	307	9

Sumber: gunungkidulkab.bps.go.id

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir penduduk Kapanewon Tepus terbanyak adalah lulus SD, dengan jumlah 14.373 orang. Sedangkan penduduk yang tidak sekolah sejumlah 8.257 orang. Penduduk Kapanewon Tepus yang berpendidikan SMP sebanyak 7.754, sedangkan yang berpendidikan SMA sebanyak 4.273 orang.

Apotek merupakan salah satu sarana kesehatan bagi masyarakat. Terdapat dua fungsi apotek, yaitu fungsi sosial untuk pemerataan distribusi obat kepada masyarakat, dan fungsi ekonomi menuntut agar apotek dapat memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan usaha. Usaha apotek berada di wilayah Kecamatan Tepus yang padat penduduk. Apotek ini adalah produk universal yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat yang membutuhkan, baik dari semua kalangan dan umur. Masyarakat Tepus dengan berbagai perilaku, kelas sosial, gaya hidup serta kepribadian dapat membeli di apotek ini, karena apotek adalah toko tempat meramu dan menjual obat berdasarkan resep dokter serta memperdagangkan obat dan barang medis.

Pada masa sekarang, semua bisnis menggunakan media sosial untuk mempromosikan bisnisnya, hal ini dapat memberikan konten edukasi pada platform media sosial yang tujuannya menciptakan kesadaran tentang *brand* apotek beserta keunggulannya. Promosi dilakukan melalui media cetak berupa pamflet dan melalui media sosial, seperti *facebook* dan *instagram*, agar produk dapat dikenal oleh masyarakat umum.

Membangun *branding* apotek yang kuat adalah salah satu cara yang digunakan agar dapat membedakan bisnis apotek yang sedang dijalankan dengan kompetitor, sehingga

membuat konsumen merasa jika bisnis yang dijalankan berbeda dari yang lain dan menawarkan sesuatu yang unik dan baru. Sebagai contoh, apotek ini dilengkapi dengan fasilitas dokter atau perawat sehingga memudahkan untuk berkonsultasi tentang apa yang dikeluhkan oleh calon konsumen.

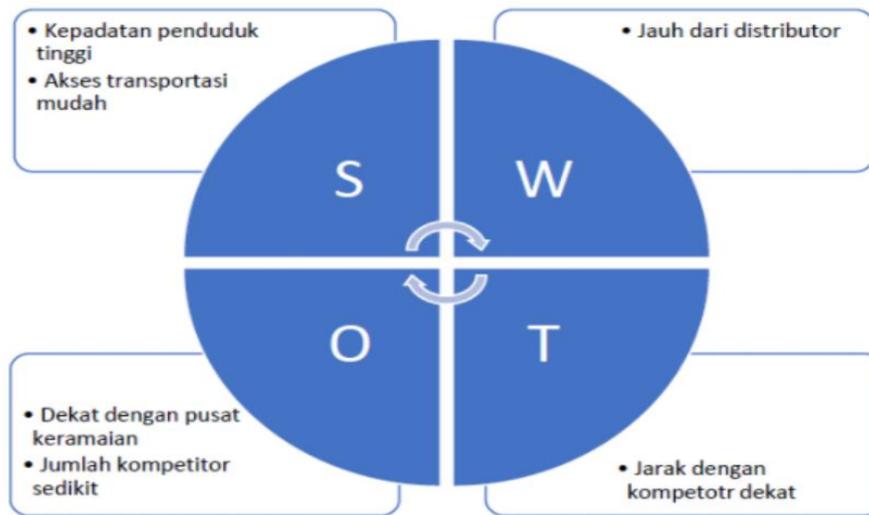
Metode promosi yang digunakan yaitu *Promotion Mix*. Strategi yang dipakai antara lain penjualan pribadi (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*) serta hubungan umum (*public relation*).

Strategi yang dilakukan dengan cara menawarkan promosi khusus. Jika berbicara tentang kesehatan identik dengan mahalnya obat atau pun sediaan farmasi lainnya, maka akan menjadi lebih efektif jika apotek memberikan penawaran khusus kepada calon konsumen, seperti: diskon, *voucher* atau program loyalitas. Selain itu dapat dilakukan dengan menerapkan sistem rujukan, yaitu dengan memberikan imbalan berupa produk gratis kepada konsumen yang merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli obat di apotek tersebut. Strategi selanjutnya adalah dengan membangun kerjasama dengan tenaga medis, contohnya dokter, sehingga usaha ini semakin dipercaya oleh masyarakat. Apotek ini dapat menjalin kerjasama dalam hal memberikan informasi kesehatan, menyelenggarakan program Kesehatan Bersama, penyuluhan obat, dan kerjasama dalam bentuk lainnya.

Lokasi apotek sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu bisnis apotek. Karena jika bisnis apotek sudah dirancang dengan baik dari segi operasionalnya, namun dari segi lokasi apotek tersebut sulit dijangkau oleh calon pembeli, maka bisnis apotek juga tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, selain persiapan modal maka persiapan calon lokasi apotek yang strategis juga diperlukan. Proses pemilihan lokasi apotek juga harus mempertimbangkan beberapa hal terutama mengenai strategis atau tidaknya calon lokasi apotek dan kesesuaian anggaran yang dimiliki untuk menyewa atau membeli lokasi apotek tersebut, *market size* apotek dan lain sebagainya. Berkaitan dengan penentuan lokasi apotek di Kecamatan Tepus dapat dilakukan dengan mempertimbangkan luas daerah, banyaknya penduduk dan kondisi geografis wilayah.

Gambar 2

Analisis SWOT Pemilihan Lokasi Apotek



Keberadaan sebuah apotek sebagai tempat dijualnya obat-obatan, bukan saja berkaitan dengan bagaimana akan memberikan pelayanan obat, serta obat apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Tetapi apotek ini juga merupakan sebuah institusi bisnis yang menginginkan adanya kemajuan dan mampu menghasilkan keuntungan yang relatif besar. Apalagi keberadaan apotek sangatlah penting, karena setiap orang pasti pernah bahkan sering membutuhkannya. Dengan demikian, bisnis apotek pun dipercaya dapat terus eksis, bahkan akan mampu untuk semakin berkembang secara relatif pesat.

Tampilan dari setiap apotek pun berbeda-beda, setiap apotek akan berusaha memberikan penampilan yang mampu untuk menarik perhatian pelanggan atau calon konsumen. Misalkan saja dengan ditempelnya stiker maupun brosur mengenai obat-obatan di dinding apotek. Bisa juga jenis atau merk obat-obatan tersebut masih baru, sehingga dengan ditempel seperti itu akan terlihat jelas oleh pelanggan atau calon konsumen. Bahwa ketika produk obat tersebut sudah tersedia dan bisa membuat penasaran calon konsumen untuk mencobanya.

Untuk meningkatkan omset apotek, sebaiknya tidak hanya melakukan proses penjualan dan pembelian obat saja. Namun diperlukan juga strategi agar usaha apotek mengalami peningkatan omset. Cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan antara lain dengan menjalin kerja sama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS), penyediaan obat yang lengkap, memanfaatkan *Marketplace*, bekerjasama dengan dokter dan klinik. Apotek tidak hanya fokus pada penjualan obat, namun tidak ada salahnya jika apotek Bumdesma juga menyediakan produk lain selain obat yang masih berhubungan dengan

kesehatan. Misalnya saja alat-alat kesehatan, seperti alat pengecek gula darah, tensimeter, dan lain-lain. Strategi promosi juga bisa menggunakan pamphlet, leaflet, stiker dan pemasaran langsung.

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mendirikan suatu usaha membutuhkan persiapan dan konsep yang matang. Usaha yang didirikan diharapkan tidak hanya berdiri pada saat itu saja tetapi juga dapat berkembang menjadi lebih besar lagi. Apotek merupakan salah satu unit pelayanan kesehatan yang menyalurkan perbekalan farmasi kepada masyarakat. Apotek yang notabene bagian dari tempat pemasaran produk farmasi dapat mengadopsi pola atau strategi pemasaran seperti yang telah dikaji (Hamsal & Eva, 2020) yakni fokus pada penggarapan tender pada institusi dan swasta, serta aktif dalam promosi produk berbasis media digital. Sebagai salah satu unit pelayanan kesehatan, apotek menyediakan obat-obatan yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk mencapai derajat kesehatan yang optimal.

Keberhasilan suatu usaha tidak luput dari implementasi strategi-strategi yang telah disusun. Untuk itu, dibutuhkan kesiapan dan ketepatan dalam mengimplementasikan strategi tersebut. Saran dan masukan dari tim peneliti bahwa analisis awal sebelum mendirikan suatu usaha sangat dibutuhkan demi tercapainya tujuan usaha tersebut. Setidaknya analisis SWOT yang merupakan analisis yang paling sederhana untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan.

Daftar Pustaka

- Creswell, J. W. 2017. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications. Melalui: https://www.academia.edu/download/58075242/Creswell-research_design_qly_qnty_mix.pdf.
- Hamsal & Eva Sundari. 2020. Strategi Pemasaran usaha Produk Farmasi Masa Pandemi Covid-19 di PT. Ferron Par Pharmaceutical (Studi Kasus Peningkatan Voumen Penjualan Produk Farmasi). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. 5(1): 46-54.
- Hox, J. J. and Boeije, H. R. 2005. 'Data collection primary vs. secondary', *Encyclopedia of Social Measurement*. 1st edn. Elsevier Inc.
- Nilzam, A., Bambang, S., Sri, E. N., Nuruddin., Ria, T. 2020. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pendampingan Desa Wisata di Desa Bejijong Kabupaten Mojokerto.

Jurnal Layanan Masyarakat, 4(2): 390-399.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2021 Tentang Badan Usaha Milik Desa, Retrived from

https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176380/PP_Nomor_11_Tahun_2021.pdf

Subekti, P., Yanti S., & Hanny H. 2018. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Lingkungan Hidup di Desa Margalaksana Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Kawistara*, 8(2): 111-212.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, Retrived from

https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2014_6.pdf

Vidhandika. 2006. *Pemberdayaan (Empowerment)*. Jakarta: CSIS.