

Penguatan Kapasitas UMKM dan Strategi Kewirausahaan Lokal pada Industri Olahan pada Desa Gulun

Diterima:
21 Desember 2022
Revisi:
5 Januari 2023
Terbit:
20 Januari 2023

¹ Ade Yoga Rohmandani, ² Ratna Wibawani
^{1,2,3} Universitas Doktor Nugroho Magetan
^{1,2,3} Magetan, Indonesia
E-mail: ¹ Adeyogarohmandani@udn.ac.id

Abstract— This study analyzes the capacity of processed-industry micro, small, and medium enterprises in Gulun Village and formulates local entrepreneurship strategies to strengthen competitiveness and business sustainability. The research used a descriptive qualitative approach supported by SWOT analysis. Data were collected through observation, in-depth interviews, documentation, and literature review involving MSME actors, village officials, consumers, marketing actors, and local economic stakeholders. The findings show that Gulun Village MSMEs have social capital, local raw materials, household production experience, and local market potential. However, business capacity is constrained by quality standardization, packaging design, financial recording, legality, digital promotion, production scale, and distribution networks. The recommended model is a capacity-strengthening model based on local entrepreneurship clusters integrating technical training, managerial assistance, product innovation, digital marketing, village partnerships, and institutional strengthening.

Keywords: MSMEs; business capacity; local entrepreneurship; processed industry; Gulun Village.

I. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi desa tidak dapat dilepaskan dari keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tumbuh dari kemampuan masyarakat memanfaatkan sumber daya lokal. UMKM menjadi ruang ekonomi yang dekat dengan rumah tangga, memanfaatkan keterampilan praktis, menyerap tenaga kerja, serta membuka peluang kewirausahaan bagi kelompok masyarakat. Dalam konteks desa, UMKM industri olahan memiliki posisi strategis karena mampu mengubah bahan baku lokal menjadi produk bernilai tambah dan memperluas sirkulasi ekonomi komunitas.

UMKM di Indonesia berperan penting dalam penciptaan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, dan penguatan ekonomi rakyat, tetapi masih menghadapi kendala struktural berupa akses pembiayaan, teknologi, informasi pasar, dan kapasitas manajemen (Tambunan, 2019). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak cukup dilakukan melalui bantuan modal, tetapi perlu menyentuh kemampuan teknis, manajerial, kewirausahaan, dan kelembagaan.

Industri olahan desa umumnya berkembang dari kegiatan rumah tangga yang memanfaatkan bahan pangan lokal, resep keluarga, pengalaman produksi turun-temurun, dan

jaringan pasar informal. Kekuatan industri olahan desa terletak pada kedekatan dengan sumber bahan baku, keunikan rasa, fleksibilitas produksi, dan hubungan sosial yang kuat. Namun, usaha tersebut sering belum memiliki sistem produksi terdokumentasi, standar mutu konsisten, kemasan kompetitif, dan strategi pemasaran luas.

Desa Gulun memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM industri olahan sebagai basis penguatan kewirausahaan lokal. Potensi tersebut terlihat dari keberadaan pelaku usaha rumah tangga, ketersediaan sumber daya lokal, aktivitas ekonomi masyarakat, serta peluang pasar sekitar desa. Akan tetapi, perubahan pasar menuntut pelaku UMKM memenuhi standar kualitas, keamanan pangan, legalitas, pengemasan, promosi, dan pelayanan konsumen.

Perubahan perilaku konsumen setelah pandemi mempercepat penggunaan kanal digital, pembelian berbasis kenyamanan, dan perhatian terhadap keamanan produk (Sheth, 2020). Teknologi digital juga membantu UMKM menjaga keberlanjutan usaha melalui komunikasi pelanggan, penjualan daring, dan koordinasi operasional (Papadopoulos et al., 2020). Priyono et al. (2020) menunjukkan bahwa transformasi digital dapat mengubah model bisnis UMKM melalui digitalisasi proses, penjualan, dan inovasi nilai.

Selain digitalisasi, kewirausahaan lokal menjadi unsur penting. Kewirausahaan lokal tidak hanya berarti kemampuan individu membuka usaha, tetapi juga kemampuan komunitas menciptakan peluang ekonomi berdasarkan potensi setempat. Ratten (2020) memandang kewirausahaan dalam masa perubahan sebagai aktivitas adaptif yang memerlukan fleksibilitas dan respons cepat terhadap lingkungan. Dalam konteks Desa Gulun, kewirausahaan lokal perlu diarahkan agar pelaku UMKM mampu merancang nilai, membangun merek, dan mengelola jejaring pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi kondisi kapasitas UMKM industri olahan Desa Gulun, menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi penguatan kapasitas, serta merumuskan model strategi kewirausahaan lokal berbasis klaster. Kebaruan artikel ini terletak pada penyusunan model penguatan kapasitas yang mengintegrasikan standardisasi mutu, pembukuan sederhana, inovasi kemasan, legalitas, pemasaran digital, kemitraan, dan kelembagaan desa secara operasional.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya memahami kondisi kapasitas UMKM secara mendalam berdasarkan konteks sosial, ekonomi, dan kelembagaan di Desa Gulun. Creswell dan Creswell (2018) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif sesuai digunakan ketika peneliti ingin mengeksplorasi

masalah sosial dan memperoleh pemahaman dari perspektif partisipan. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi aktual secara sistematis dan analitis.

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan dengan orientasi perumusan model strategi. Disebut terapan karena hasil penelitian diarahkan untuk membantu pelaku UMKM dan pemerintah desa menyusun langkah penguatan kapasitas. Model yang disusun bersifat konseptual-operasional, yaitu menjelaskan hubungan antara kapasitas UMKM, kewirausahaan lokal, digitalisasi, inovasi, dan kelembagaan serta menerjemahkannya ke dalam rencana aksi.

Penelitian dilaksanakan di Desa Gulun pada 5 September sampai 5 Oktober 2022. Lokasi dipilih secara purposive karena memiliki pelaku UMKM industri olahan yang potensial untuk dikembangkan sebagai bagian dari ekonomi lokal. Unit analisis meliputi pelaku usaha, produk olahan, proses produksi, manajemen usaha, pemasaran, legalitas, keuangan, kelembagaan, dan jejaring pendukung.

Informan penelitian dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan terhadap aktivitas UMKM. Informan utama adalah pelaku UMKM industri olahan, sedangkan informan pendukung meliputi perangkat desa, konsumen lokal, pelaku distribusi, dan pihak yang memahami program ekonomi desa. Penggunaan beberapa jenis informan diperlukan untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh dan menghindari penilaian dari satu sudut pandang.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi produksi, kemasan, penyimpanan, alat kerja, kebersihan, dan aktivitas pemasaran. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman pelaku UMKM mengenai kendala usaha, kebutuhan pendampingan, peluang pasar, dan harapan pengembangan. Dokumentasi dilakukan dengan mencatat bentuk produk, contoh kemasan, catatan usaha, foto aktivitas, dan informasi pendukung.

Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi sebagaimana model analisis kualitatif Miles et al. (2020). Setelah data dikategorikan, penelitian menyusun analisis SWOT dengan mengelompokkan faktor internal menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal menjadi peluang dan ancaman. Hasil SWOT dikembangkan menjadi strategi SO, WO, ST, dan WT sebagai dasar penyusunan model penguatan kapasitas. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan pemeriksaan konsistensi temuan (Sugiyono, 2019).

Tabel 1. Fokus, sumber data, dan teknik pengumpulan data

Aspek	Indikator	Sumber Data	Teknik
Produksi	Bahan baku, alat, proses, mutu, kebersihan	Pelaku UMKM dan observasi	Observasi dan wawancara
Keuangan	Pencatatan, modal,	Pelaku UMKM	Wawancara

	harga pokok, laba		
Pemasaran	Konsumen, harga, kemasan, media digital, distribusi	Pelaku UMKM dan konsumen	Wawancara dan dokumentasi
Legalitas	NIB, PIRT, halal, label produk	Pelaku UMKM dan perangkat desa	Wawancara
Kelembagaan	Forum UMKM, pelatihan, kemitraan	Perangkat desa dan pelaku UMKM	Wawancara

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi UMKM Industri Olahan Desa Gulun

Desa Gulun merupakan ruang sosial ekonomi yang memiliki potensi pengembangan UMKM berbasis rumah tangga dan industri olahan. Potensi tersebut muncul dari ketersediaan tenaga kerja lokal, pengalaman produksi masyarakat, jaringan sosial, serta peluang pasar yang dapat dikembangkan melalui kegiatan ekonomi desa. Industri olahan relevan karena mampu menyerap bahan baku lokal dan menghasilkan produk yang dapat dipasarkan dalam skala rumah tangga maupun antarwilayah.

Aktivitas UMKM di Desa Gulun menunjukkan karakter usaha mikro dan kecil yang dekat dengan kehidupan rumah tangga. Pelaku usaha umumnya menggabungkan pekerjaan produksi dengan kegiatan domestik atau pekerjaan lain. Pola usaha ini memberikan fleksibilitas, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam konsistensi produksi, pencatatan transaksi, pemisahan modal, dan pengembangan pasar. Oleh karena itu, penguatan kapasitas perlu dirancang sesuai ritme usaha pelaku agar dapat diterapkan secara realistis.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM industri olahan memiliki kekuatan pada pengalaman produksi dan kemampuan memanfaatkan bahan lokal. Pelaku usaha telah memiliki pengetahuan praktis mengenai resep, proses pengolahan, dan preferensi konsumen sekitar. Pengetahuan tersebut menjadi modal awal karena tidak semua keterampilan produksi dapat dibentuk secara cepat melalui pelatihan formal.

B. Pemetaan Masalah Kapasitas UMKM

Pada aspek produksi, sebagian pelaku UMKM masih menggunakan alat sederhana dan prosedur yang belum terdokumentasi. Proses produksi berjalan berdasarkan kebiasaan, pengalaman, dan perkiraan. Kelebihan cara ini adalah fleksibel dan mudah dilakukan, tetapi kelemahannya adalah mutu produk dapat bervariasi. Standardisasi resep, ukuran bahan, waktu pengolahan, dan prosedur kebersihan perlu diperkuat agar produk lebih konsisten.

Pada aspek kemasan, produk olahan masih membutuhkan pembaruan agar lebih menarik dan informatif. Kemasan bukan hanya pelindung produk, tetapi juga media

komunikasi. Label perlu memuat nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal produksi, kontak pemesanan, dan informasi legalitas jika sudah tersedia. Kemasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar.

Pada aspek manajemen keuangan, pelaku UMKM masih cenderung belum memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga. Pencatatan transaksi dilakukan secara tidak rutin atau hanya berdasarkan ingatan. Kondisi ini menyulitkan perhitungan keuntungan, penentuan harga jual, dan pengambilan keputusan investasi. Padahal, pencatatan sederhana dapat dilakukan dengan buku kas harian atau aplikasi yang mudah digunakan.

Pada aspek pemasaran, penjualan masih banyak bergantung pada konsumen lokal, pesanan musiman, jaringan kerabat, dan promosi dari mulut ke mulut. Sebagian pelaku mulai mengenal media sosial, tetapi belum menggunakannya secara sistematis. Temuan ini sejalan dengan Fadhilah dan Pratiwi (2021) yang menegaskan bahwa digital marketing dapat mendukung promosi UMKM apabila dikelola secara terarah dan konsisten.

Tabel 2. Pemetaan masalah kapasitas UMKM industri olahan Desa Gulun

Aspek	Kondisi Potensial	Masalah Utama	Kebutuhan Penguatan
Produksi	Pelaku memiliki pengalaman membuat produk olahan	Prosedur belum terdokumentasi dan mutu bervariasi	SOP produksi, standar resep, dan pelatihan kebersihan
Kemasan	Produk memiliki cita rasa lokal	Desain dan informasi label belum kompetitif	Desain kemasan, label, dan informasi produk
Keuangan	Usaha telah menghasilkan transaksi	Pencatatan belum rutin dan uang usaha bercampur	Buku kas, HPP, dan pemisahan modal
Pemasaran	Ada konsumen lokal dan jaringan sosial	Promosi digital belum sistematis	Katalog, foto produk, media sosial, dan testimoni
Legalitas	Ada peluang masuk pasar lebih luas	NIB, PIRT, dan halal belum merata	Pendampingan perizinan bertahap
Kelembagaan	Modal sosial masyarakat kuat	Forum UMKM belum optimal	Klaster UMKM dan agenda pelatihan rutin

C. Analisis SWOT dan Arah Strategi

Analisis SWOT digunakan untuk mengorganisasi temuan penelitian ke dalam faktor internal dan eksternal. Kekuatan UMKM Desa Gulun meliputi pengalaman produksi, penggunaan bahan lokal, kedekatan dengan konsumen, fleksibilitas produksi, dan modal sosial masyarakat. Kelemahan meliputi kemasan belum kompetitif, pencatatan keuangan belum rapi, legalitas belum lengkap, promosi digital belum sistematis, dan standarisasi mutu belum kuat.

Peluang eksternal meliputi meningkatnya minat terhadap produk lokal, berkembangnya pemasaran digital, peluang dukungan program pemerintah, kemudahan pendaftaran usaha secara daring, dan peluang kerja sama dengan toko, pasar desa, serta kegiatan komunitas.

Ancaman meliputi persaingan produk sejenis, perubahan harga bahan baku, perubahan selera konsumen, risiko penurunan mutu, dan ketergantungan pada pasar lokal.

Berdasarkan kombinasi faktor tersebut, strategi SO diarahkan untuk memanfaatkan pengalaman produksi dan bahan lokal dalam mengembangkan merek produk olahan khas Desa Gulun. Strategi WO memanfaatkan program pemerintah dan digitalisasi untuk mengatasi kelemahan kemasan, legalitas, dan pemasaran. Strategi ST menggunakan modal sosial dan fleksibilitas produksi untuk menghadapi persaingan. Strategi WT mengurangi kelemahan internal melalui SOP produksi, pencatatan keuangan, dan pelatihan bertahap agar UMKM tidak rentan terhadap perubahan pasar.

Tabel 3. Matriks SWOT UMKM industri olahan Desa Gulun

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
Pengalaman produksi rumah tangga	Kemasan belum kompetitif	Minat konsumen pada produk lokal	Persaingan produk sejenis
Bahan baku lokal dan jaringan sosial	Pencatatan keuangan belum rapi	Digital marketing dan e-commerce	Fluktuasi harga bahan baku
Fleksibilitas produksi dan relasi konsumen	Legalitas belum lengkap	Program pemberdayaan UMKM	Perubahan selera konsumen
Potensi kerja sama antar pelaku	Promosi digital belum konsisten	Kemitraan pasar dan toko oleh-oleh	Risiko penurunan mutu dan daya simpan

D. Pembahasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penguatan kapasitas UMKM industri olahan Desa Gulun harus dilakukan melalui pendekatan ekosistem. Temuan ini sejalan dengan Tambunan (2019) yang menjelaskan bahwa UMKM menghadapi keterbatasan permodalan, teknologi, sumber daya manusia, dan akses pasar. Jika intervensi hanya dilakukan pada satu aspek, misalnya pelatihan produksi saja, maka masalah pemasaran dan manajemen usaha tetap menghambat perkembangan.

Kapasitas produksi perlu ditempatkan sebagai fondasi. Produk yang diterima konsumen harus didukung standardisasi agar kualitasnya konsisten. Standardisasi tidak berarti menghilangkan ciri khas produk, tetapi membuat proses menjadi lebih terukur. Pelaku UMKM dapat menyusun catatan resep, takaran bahan, waktu pengolahan, prosedur penyimpanan, dan aturan kebersihan. Langkah sederhana ini membantu menjaga mutu ketika produksi meningkat atau dikerjakan oleh lebih dari satu orang.

Kapasitas keuangan menjadi persoalan yang perlu segera diperkuat. Tanpa pencatatan, pelaku UMKM sulit mengetahui biaya produksi dan margin keuntungan. Banyak usaha kecil tampak berjalan karena ada uang masuk, tetapi sebenarnya belum mampu mengukur laba bersih. Pencatatan sederhana perlu diperkenalkan melalui format kas masuk, kas

keluar, persediaan bahan, biaya tenaga kerja, dan perhitungan harga pokok. Dengan pencatatan, pelaku usaha dapat menentukan harga jual lebih rasional.

Pemasaran digital perlu disesuaikan dengan kemampuan pelaku. OECD (2021) menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM membutuhkan kapasitas, akses, dan dukungan yang memadai. Bagi UMKM Desa Gulun, digitalisasi dapat dimulai dari langkah kecil seperti foto produk yang jelas, katalog sederhana, nomor pemesanan, informasi harga, testimoni pelanggan, dan jadwal produksi. Setelah itu, pelaku dapat berkembang menuju marketplace, pembayaran digital, dan pengelolaan pelanggan.

Inovasi produk menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya tarik. Caballero-Morales (2021) menyatakan bahwa inovasi dapat menjadi strategi pemulihan UMKM di ekonomi berkembang. Pada Desa Gulun, inovasi dapat berupa varian rasa, ukuran kemasan, paket oleh-oleh, paket pesanan acara, desain label, dan pengembangan produk musiman. Namun, inovasi harus mempertimbangkan biaya produksi dan kapasitas pelaku agar tidak menjadi beban.

Legalitas perlu dipahami sebagai investasi kepercayaan. Produk olahan pangan berkaitan dengan rasa aman konsumen. Ketika produk memiliki label yang jelas dan legalitas bertahap, konsumen lebih mudah mempercayai produk. Legalitas juga membuka peluang masuk ke pasar yang lebih formal. Pemerintah desa dapat berperan sebagai penghubung antara pelaku UMKM dan dinas terkait agar proses legalitas lebih mudah dipahami.

Kelembagaan menjadi simpul penguatan. Forum UMKM dapat menjadi ruang belajar bersama, promosi kolektif, dan koordinasi program. Adam dan Alarifi (2021) menegaskan bahwa dukungan eksternal memperkuat praktik inovasi dan keberlanjutan usaha. Dukungan tersebut akan lebih efektif jika pelaku UMKM terorganisasi. Forum UMKM juga dapat membantu pemerintah desa memetakan kebutuhan pelatihan dan menentukan prioritas pendampingan.

Dalam perspektif kewirausahaan lokal, Desa Gulun perlu membangun identitas produk olahan. Identitas tersebut dapat berupa narasi bahan lokal, proses produksi rumahan yang higienis, cita rasa khas, dan kontribusi terhadap ekonomi warga. Kotler et al. (2021) menekankan pentingnya pemasaran yang memadukan teknologi dan kemanusiaan. Narasi lokal membuat produk tidak hanya dipandang sebagai barang konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari cerita desa.

E. Model Strategi Penguatan Kapasitas UMKM

Model yang direkomendasikan adalah Model Penguatan Kapasitas UMKM Berbasis Klaster Kewirausahaan Lokal. Model ini menempatkan pelaku UMKM sebagai aktor utama, pemerintah desa sebagai fasilitator, perguruan tinggi sebagai pendamping akademik, dinas terkait sebagai pendukung legalitas dan kebijakan, serta mitra pasar sebagai penghubung distribusi. Model ini dirancang agar penguatan tidak berhenti pada pelatihan sesaat, tetapi menjadi proses berkelanjutan.

Model terdiri atas enam komponen. Pertama, pendataan dan pemetaan UMKM untuk mengetahui jenis produk, kapasitas produksi, kendala, dan kebutuhan. Kedua, standardisasi produksi dan mutu melalui SOP sederhana, pelatihan kebersihan, dan pengendalian kualitas. Ketiga, penguatan manajemen dan keuangan melalui pencatatan kas, perhitungan harga pokok, dan pemisahan uang usaha. Keempat, inovasi produk dan kemasan melalui pembaruan desain, varian, ukuran, dan label. Kelima, pemasaran digital dan kemitraan pasar melalui katalog, media sosial, titip jual, dan kerja sama acara. Keenam, kelembagaan klaster melalui forum UMKM, agenda rutin, dan evaluasi kinerja.

Implementasi model membutuhkan pembagian peran. Pelaku UMKM bertanggung jawab memperbaiki produk dan pencatatan. Pemerintah desa memfasilitasi pendataan, forum, dan akses program. Perguruan tinggi membantu penyusunan modul, pelatihan, dan evaluasi. Dinas terkait membantu legalitas dan pembinaan teknis. Mitra pasar membantu penyerapan produk. Dengan pembagian peran yang jelas, penguatan kapasitas menjadi lebih terarah.

Tabel 4. Rencana aksi model strategi penguatan kapasitas

Komponen Model	Aktivitas Inti	Aktor Utama	Indikator
Pemetaan UMKM	Pendataan produk, kapasitas, kendala, dan kebutuhan	Pemerintah desa dan tim peneliti	Data dasar UMKM tersedia
Standardisasi mutu	SOP produksi, kebersihan, dan pengendalian kualitas	Pelaku UMKM dan pendamping	SOP digunakan
Manajemen keuangan	Buku kas, HPP, harga jual, pemisahan modal	Pelaku UMKM	Pencatatan rutin
Inovasi dan kemasan	Desain label, varian produk, ukuran kemasan	Pelaku UMKM dan perguruan tinggi	Produk tampil lebih kompetitif
Digital marketing	Katalog, foto produk, media sosial, testimoni	Pemuda desa dan pelaku UMKM	Promosi rutin
Kelembagaan klaster	Forum UMKM, agenda pelatihan, promosi kolektif	Pemerintah desa dan UMKM	Forum aktif dan evaluasi berkala

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Lumbung Strowberi Desa Ngerong memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai kewirausahaan berbasis agroeduwisata. Potensi tersebut bersumber dari kebun stroberi, lokasi yang terhubung dengan jalur wisata, pengalaman petik buah, peluang edukasi pertanian, dan keterlibatan pelaku lokal. Namun, potensi tersebut belum optimal karena masih diperlukan penguatan manajemen usaha, standardisasi layanan, pencatatan keuangan, promosi digital, diversifikasi produk, dan koordinasi kelembagaan.

Peran pemangku kepentingan bersifat saling melengkapi. Petani berperan sebagai penyedia komoditas dan narasumber edukasi; pengelola sebagai koordinator destinasi; pemerintah sebagai fasilitator kebijakan dan sarana; perguruan tinggi sebagai mitra riset, pelatihan, dan pendampingan; komunitas dan pemuda sebagai penggerak layanan serta promosi digital; dan mitra usaha sebagai penghubung pengolahan, distribusi, serta perluasan pasar. Pengembangan agroeduwisata akan lebih kuat apabila seluruh peran tersebut dikoordinasikan dalam kelembagaan yang jelas.

Model strategi yang direkomendasikan mencakup penguatan kapasitas pelaku, penyusunan paket edukasi, diversifikasi produk stroberi, standardisasi layanan, digitalisasi pemasaran, dan kolaborasi pentahelix. Pengelola disarankan menyusun SOP layanan, daftar paket, kalender buah, catatan kunjungan, dan catatan pendapatan. Petani perlu mengikuti pelatihan komunikasi edukatif dan pascapanen. Pemerintah desa, perguruan tinggi, komunitas, dan mitra usaha perlu melanjutkan pendampingan agar agroeduwisata dapat meningkatkan nilai tambah, pengalaman belajar, dan manfaat ekonomi masyarakat Desa Ngerong.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., Anggriani, R., & Faizal, R. B. (2021). Optimizing the use of digital marketing for increasing sales volume at MSMEs in Mataram, Indonesia. *Universal Journal of Business and Management*, 1(2), 79-89.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- David, F. R., & David, F. R. (2020). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases (17th ed.)*. Pearson.
- Kallmuenzer, A., Nikolakis, W., Peters, M., & Zanon, J. (2019). Trade-offs between dimensions of sustainability: Exploratory evidence from family firms in rural tourism regions. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1204-1221.

Karagianni, M., Georgakopoulou, S., & Delitheou, V. (2019). Agrotourism: A lever for rural development based on the cultural reserve of Greece. *In Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability* (pp. 193-206). Springer.

Mura, L., & Ključnikov, A. (2018). Small businesses in rural tourism and agro-tourism: Study from Slovakia. *Economics & Sociology*, 11(3), 286-300.

Pambayun, K. G. (2019). The success factors of rural community based tourism in Indonesia. *Journal of Governance and Public Policy*, 6(3), 1-15.

Pambudi, S. H., Sunarto, & Setyono, P. (2018). Strategi pengembangan agrowisata dalam mendukung pembangunan pertanian: Studi kasus di Desa Wisata Kaligono Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2), 165-184.

Purnomo, S., Rahayu, E. S., Riani, A. L., Suminah, & Udin. (2020). Empowerment model for sustainable tourism village in an emerging country. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 261-270.

Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134-149.

Stanovcic, T., Pekovic, S., Vukcevic, J., & Perovic, D. (2018). Going entrepreneurial: Agro-tourism and rural development in Northern Montenegro. *Business Systems Research*, 9(1), 107-117.

Suardana, I. W., Wardi, I. N., & Suwena, I. K. (2020). Community empowerment in the development of agro-tourism in Bali. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(4), 410-427.

Suryanto, D. (2021). Digital marketing, MSME product marketing innovation. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(6), 1308-1316.

Times Indonesia. (2019). Di jalur Sarangan Magetan, ada kebun strawberry bisa dipetik sendiri lho. Times Indonesia.

Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2018). *Agrowisata sebagai pariwisata alternatif Indonesia*. Deepublish.

Wibowo, A., Saputra, R., & Lestari, D. (2021). Model kolaborasi pentahelix dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 5(1), 45-58.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. SAGE Publications.