

## Optimalisasi Pengelolaan UKM Madu dalam Mensejahterakan Masyarakat Desa Cibodas Kabupaten Majalengka

Nita Hernita<sup>1</sup>, Wulan Riyadi<sup>2</sup>, Engkun Kurnadi<sup>3</sup>, Melia Wida Rahmayani<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas, Program Studi, Nama Institusi, Kota, Indonesia

Email: [hernita.eldibba@gmail.com](mailto:hernita.eldibba@gmail.com), <sup>2\*</sup>[wulanriyadi@unma.ac.id](mailto:wulanriyadi@unma.ac.id), <sup>3\*</sup>[kurnadiengkun@gmail.com](mailto:kurnadiengkun@gmail.com),

<sup>4\*</sup>[meliaawidar@unma.ac.id](mailto:meliaawidar@unma.ac.id)

(\*: Corresponden Author)

**Abstrak**– UKM Madu pada Desa Cibodas Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka yang dijadikan Mitra dalam PKM ini memiliki permasalahan yang menjadi perhatian khusus untuk dicarikan solusinya. Permasalahan yang ada diantaranya adalah mitra masih rendah dalam jiwa wirausaha, tidak memiliki karyawan tetap yang bisa menjaga kualitas produk, sehingga madu yang dihasilkan masih belum maksimal, mitra belum memiliki pengetahuan luas mengenai pencatatan dan pembukuan, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan belum sesuai standar akuntansi, mitra belum memiliki brand untuk produk maupun nama mitra itu sendiri. Alat produksi yang digunakan belum memadai hanya menggunakan 2 buah papan untuk budidaya lebah penghasil madu, belum memiliki PIRT dan ijin usaha baik SIUP maupun SIUPL, Pemasaran yang dilakukan hanya berdasarkan pemesanan langsung belum menyentuh pasar lokal maupun *online*. Produk belum memiliki label halal dan informasi nilai gizi sehingga produk belum bisa masuk ke *minimarket*. Berdasarkan temuan mengenai permasalahan, maka prioritas untuk mencari solusi permasalahan dalam memperbaiki berbagai aspek. Diantaranya aspek manajerial terkait bidang keuangan dan Sumber Daya Manusia dalam upaya peningkatan kapasitas pengelola. Selanjutnya aspek teknologi dalam upaya perbaikan kualitas produk. Perubahan aspek pemasaran ke arah digitalisasi serta aspek pemasaran yang lebih luas dengan mendapatkan label halal dan informasi nilai gizi. Tujuan dan Target khusus dalam pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu UKM Madu dalam peningkatan kualitas produk dan berdaya saing melalui penggunaan teknologi dan pengelolaan manajerial untuk dapat bersaing di era *newnormal*. Metode yang digunakan dalam upaya menerapkan solusi di atas yaitu dengan diadakannya pelatihan penguatan pengelola UKM, pembukuan mitra setiap 2 minggu sekali, pelatihan tentang budidaya lebah dalam menghasilkan madu yang berkualitas, membuat sistem informasi manajemen, membuat media sosial, bergabung dengan berbagai *e-commerce*, membuat *website* informasi produk, mengikuti pameran dan bazar kuliner, memfasilitasi untuk mencantumkan logo halal dan informasi nilai gizi dalam kemasan. Luaran yang dihasilkan berupa publikasi berupa jurnal pengabdian dan HAKI.

**Kata Kunci:** UKM Madu, Penggunaan teknologi, Pengelolaan Manajerial, Desa Cibodas Majalengka

**Abstract**– *The Honey UKM in Cibodas Village, Majalengka District, Majalengka Regency which is used as a partner in this PKM has problems that are of special concern to find solutions. The problems that exist include partners who are still low in entrepreneurial spirit, do not have permanent employees who can maintain product quality, so that the honey produced is still not optimal, partners do not have extensive knowledge of recording and bookkeeping, so that the financial statements produced are not in accordance with accounting standards, partners do not yet have a brand for the product or the name of the partner itself. The production equipment used is not adequate, only uses 2 boards for honey-producing beekeeping, does not yet have a PIRT and business license, both SIUP and SIUPL, Marketing is carried out only based on direct orders and has not touched the local or online market. The product does not yet have a halal label and nutritional value information so that the product cannot enter the minimarket. Based on the findings regarding the problem, the priority is to find solutions to problems in improving various aspects. Among them are managerial aspects related to finance and human resources in an effort to increase the capacity of managers. Furthermore, the technological aspects in an effort to improve product quality. Changes in marketing aspects towards digitalization and broader marketing aspects by obtaining halal labels and information on nutritional values. The specific goals and targets in this community service are to assist Madu UKM in improving product quality and competitiveness through the use of technology and managerial management to be able to compete in the new normal era. The method used in an effort to implement the solution above is holding training for strengthening SME managers, partner bookkeeping every 2 weeks, training on beekeeping in producing quality honey, creating a management information system, creating social media, joining various e-commerce sites, making product information website, participating in culinary exhibitions and bazaars, facilitating the inclusion of halal logos and information on nutritional values in packaging. The output produced is in the form of publications in the form of service journals and intellectual property rights.*

**Keywords:** Honey UKM, Use of technology, Managerial Management, Village Cibodas Majalengka

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Kemajuan sebuah Desa bisa dilihat dari Indeks Desa Membangun (IDM) menurut Permendes (2020) diperlukan sebagai acuan terhadap status desa yang telah diatur dalam Permendes PDT Trans Nomor 2 Tahun 2016 tentang Indeks Desa Membangun. Dalam Indeks Desa Membangun ada lima (5) klasifikasi status kemajuan dan kemandirian desa yaitu :

1. **Desa Mandiri atau Sangat Maju (Desa Sembada)** adalah Desa Maju yang memiliki kemampuan melaksanakan pembangunan Desa untuk mensejahterakan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya dengan ketahanan sosial, ketahanan ekonomi dan ketahanan ekologi yang berkelanjutan. Desa Mandiri adalah Desa yang memiliki Indeks Desa Membangun lebih besar dari 0,8155.
2. **Desa Maju (Desa Pra-Sembada)** adalah Desa yang memiliki potensi sumberdaya sosial, ekonomi dan ekologi, serta kemampuan mengelolanya untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat desa, kualitas hidup manusia, dan menanggulangi kemiskinan. Desa Maju adalah Desa yang memiliki Indeks Desa Membangun kurang dari atau sama dengan 0,8155 dan lebih besar dari 0,7072.
3. **Desa Berkembang (Desa Madya)** adalah Desa yang memiliki sumberdaya sosial, ekonomi dan ekologi, akan tetapi belum secara optimal mengelolanya. Desa Berkembang adalah desa yang memiliki Indeks Desa Membangun kurang dan sama dengan 0,7072 dan lebih besar dari 0,5989.
4. **Desa Tertinggal (Pra-Madya)** adalah desa yang belum atau kurang optimal dalam mengelola potensi sumberdaya sosial, ekonomi, dan ekologi yang dimilikinya, dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat desa, kualitas hidup manusia, serta mengalami kemiskinan dalam berbagai bentuknya. Desa Tertinggal adalah Desa yang memiliki Indeks Desa Membangun kurang dan sama dengan 0,5989 dan lebih besar dari 0,4907.
5. **Desa Sangat Tertinggal (Desa Pratama)** adalah Desa yang mengalami kemiskinan dalam berbagai bentuk dan juga rentan terhadap konflik sosial, guncangan ekonomi dan juga berbagai bencana alam. Sehingga tidak mampu untuk mengelola potensi sumberdaya ekonomi, sosial dan ekologi yang dimiliki. Desa Tertinggal adalah desa yang memiliki Indeks Desa Membangun kurang dan lebih kecil dari 0,4907.

Wakil Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Wamendes PDTT), Budi Arie Setiadi, memaparkan tiga ciri desa yang berpotensi menjadi desa maju. Pertama, kata Budi Arie dalam webinar yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Kawasan Perdesaan (Ditjen PKP) Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT), masih adanya anak muda yang bertahan di desa. Kedua, SDM yang kreatif dan inovatif. Ketiga, partisipasi warga desa. "Sekarang eranya pembangunan harus menjadikan masyarakat desa itu sendiri sebagai pelaku dan penggerak utama dari pertumbuhan kawasan perdesaan,". Hal ini ditunjang dengan masyarakat yang kreatif dan inovatif dalam menumbuhkan ekonomi pada masyarakat. Seperti halnya UKM dalam sebuah Desa. Majalengka, salah satu Kabupaten yang ada di Jawa Barat yang memiliki potensi dari sisi ekonomi dan pembangunan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya UKM yang ada di Kabupaten Majalengka khususnya Kecamatan Majalengka. UKM Madu Desa Cibodas Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka Jawa Barat memproduksi madu lebah asli Majalengka. Didirikan pada tahun 2018 dan berfokus pada budidaya lebah dan penghasil madu. Pengelola UKM Madu adalah bapak Koko yang kebetulan sebagai Kepala Dusun (Kadus) Citayeum di Desa Cibodas. Adapun madu tersebut seperti tampak pada gambar berikut:



**Gambar 1. Madu Desa Cibodas Kabupaten Majalengka**

Madu Desa Cibodas Kabupaten Majalengka ini memiliki berbagai khasiat dan cita rasa sendiri yang berbeda dengan yang lainnya. Penjualan madu ini masih melalui sistem PO (pemesanan langsung) sehingga produksinya belum begitu banyak, dapat dilihat perkembangan penjualan madu selama 6 bulan terakhir pada tabel berikut :

**Tabel 1. Penjualan Madu pada Bulan Januari-Juli**

No	Bulan	Jumlah Penjualan	Selisih Penjualan dari Bulan Sebelumnya
1	Januari	15 botol	-
2	Februari	25 botol	10
3	Maret	10 botol	(5)
4	April	15 botol	5
5	Mei	20 botol	5
6	Juni	20 botol	-
7	Juli	15 botol	(5)

Sumber : Data UKM Madu, diolah Penulis (2022)

Tabel 1. diatas dapat dilihat UKM Madu mengalami fluktuasi, terlebih melihat *trend* nya mengalami penurunan dari bulan ke bulan semenjak pandemi ini, bulan february mengalami peningkatan penjualan hal ini karna pada bulan tersebut kondisi cuaca masih stabil dalam budidaya lebah penghasil madu, sedangkan pada bulan maret dan juli mengalami penurunan yang cukup signifikan dari 20 botol menjadi 15 botol. Berdasarkan hasil analisis situasi oleh Tim PKM yang diperkuat dengan wawancara Mitra, maka dapat disimpulkan bahwa masih banyak permasalahan yang saling terkait dan cukup serius untuk segera dicarikan solusinya, agar ada keberlanjutan produk UKM Madu apalagi di tengah kondisi pandemi ini..

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Pengelola UKM Madu Desa Cibodas memiliki tantangan cukup besar pada kondisi pandemi saat ini. Berbagai macam permasalahan dihadapi oleh UKM Madu, diantaranya:

1. Sumber Daya Manusia
  - a. Rendahnya semangat wirausaha yang dimilikimitra
  - b. Mitra tidak memiliki karyawan tetap
  - c. Keterbatasan SDM
2. Belum memiliki Laporan keuangan
3. Mitra belum memiliki *brand* untuk produk maupun untuk nama UKM
4. Mitra Belum memiliki *packaging*, karna sejauh ini masih memanfaatkan botol bekas untuk kemasan madu
5. Alat produksi yang digunakan masih sederhana baik dalam budidaya lebah maupun pemanfaatan madu
6. Segmentasi dan sasaran pasar belum jelas karena selama ini hanya melakukan penjualan berdasarkan pemesanan
7. Kurangnya promosi
8. Mitra belum menyentuh pemasaran online karena pengetahuan masih terbatas
9. Mitra belum memiliki PIRT, SIUP maupun SIUPL
10. Belum memiliki label halal dan informasi nilai gizi sehingga produk tidak bisa masuk ke minimarket
11. Pengelolaan Bahan Baku Mitra belum memiliki pengetahuan yang lebih luas terkait pembudidayaan lebah maupun pemanfaatan madu.

Berdasarkan temuan di lapangan mengenai permasalahan yang terjadi pada UKM madu Desa Cibodas Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka, maka prioritas tim PKM dan Mitra sepakat untuk mencari solusi permasalahan guna memecahkan masalah yang dihadapi pelaku UKM madu

## 2. METODE PELAKSANAAN

### 2.1 Solusi Permasalahan dan Target Luaran

Permasalahan	Solusi	Target Luaran
1. Aspek Sumber Daya Manusia (Rendahnya semangat wirausaha, tidak memiliki karyawan, keterbatasan SDM dalam pengelolaan)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mitra diberikan motivasi dalam keberhasilan usaha tersebut</li><li>2. Memanfaatkan masyarakat sekitar yang belum memiliki pekerjaan untuk bergabung jadi pengelola UKM</li></ol>	1. Pelatihan Motivasi Wirausaha dan pengenalan Ekonomi Kreatif pada Masyarakat sekitar khususnya Mitra
2. Aspek Bidang Keuangan (Tidak ada pencatatan keuangan sesuai PSAK yang berlaku sehingga Mitra mengalami kesulitan dalam pengambilan keputusan terkait produksi dan permodalan)	1. Mitra harus diberikan pembimbingan dan pelatihan tentang proses pembuatan laporan keuangan agar sesuai dengan PSAK dan dapat mengambil keputusan yang tepat atas data keuangan yang telah dibuat tersebut. Solusi ini sesuai dengan salah bidang ilmu Tim Pengusul yaitu Akuntansi.	1. Pelatihan pembukuan Mitra dilakukan setiap 2 minggu sekali, agar Mitra dapat membuat Catatan Keuangan Harian, Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas, Laporan

		Posisi Keuangan, Laporan Perubahan Ekuitas dengan menggunakan sistem akuntansi yang mudah dipahami.
3. Mitra belum memiliki brand untuk produk maupunUKM	1. Mitra didampingi untuk membuat nama produk dan UKM	1. Pendampingan tim PKM dalam pembentukan nama produk dan UKM
4. Mitra Belum memilikipackaging Produk	1. Mitra didampingi untuk membuat <i>packaging</i> yang sesuai standard	1. Melakukan pelatihan Packaging guna memperbaiki tampilan produk agar layak dipasarkan
5. Aspek Teknologi (Penggunaan alat yang masih sederhana sehingga kualitas dan kuantitas produk masih belum maksimal. M	1. Penangkaran lebah sesuai standard peternakan 2. Penggunaan alat untuk memisahkan madu hasilproduksi	1.Mitra diberikan pelatihan cara budidayalebah 2.Mitra diberikan alat untuk produksi lebah dan memisahkan koloni lebah beserta induknya

<p>6. Mitra Belum maksimal dalam promosi, belum menggunakan pasar online, target pasar belum jelas</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mitra dibantu untuk media promosi</li> <li>2. Dibuatkan pemasaran online</li> <li>3. Dibuatkan segmentasi dan sasaran penjualan</li> <li>4. Akan didampingi dalam pemasaran <i>online</i>, dari mulai pembuatan media sosial dan iklan berbayar</li> <li>5. Akan didampingi untuk bergabung dengan <i>E-Commerce</i></li> <li>6. Membuat <i>website</i> agar promosi dapat menjangkau banyak pasar</li> <li>7. Akan didorong untuk sering ikut dalam kegiatan pameran dan bazar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan promosi untuk pengelola UKM</li> <li>2. Pelatihan membuat web, dll untuk media online</li> <li>3. Pendampingan Mapping sasaran pasar</li> <li>4. Membuat media sosial seperti facebook dan instagram</li> <li>5. Bergabung dengan berbagai <i>e-commerce</i> seperti shopee, bukalapak, tokopedia dan lain-lain</li> <li>6. Membuat <i>website</i> informasi produk</li> <li>7. Mengikuti pameran dan bazar kuliner.</li> </ol>
<p>7. Mitra belum memiliki PIRT, SIUP, SIUPL</p>	<p>1. Akan didampingi dalam mendapatkan PIRT, SIUP dan SIUPL</p>	<p>1. Membuat PIRT, SIUP, SIUPL</p>
<p>8. Produk belum bisa masuk ke minimarket dikarenakan belum ada logo halal dan belum mencantumkan informasi nilai gizi</p>	<p>1. Akan mendampingi Mitra dan segera berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait agar segera mendapatkan izin logo halal dan dapat mencantumkan informasi nilai gizi.</p>	<p>1. Keluar izin untuk mencantumkan logo halal dan informasi nilai gizi dikemasan</p>

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan metode pengabdian yang kami lakukan. Pertama kami melakukan identifikasi atas permasalahan mitra. Langkah kedua mengidentifikasi solusi yang relevan dengan permasalahan mitra. Kemudian kami memilih solusi dari masalah yang dapat dicarikan solusinya pada tahun pertama pengabdian yaitu sebagai berikut :

#### 1. Aspek SDM

Kegiatan pelatihan wirausaha dan pengenalan Ekonomi kreatif ini memiliki tujuan yang berdaya saing untuk diwujudkan adalah sebuah kondisi masyarakat yang kreatif, mampu berkompetisi secara adil, jujur dan menjunjung tinggi etika, unggul di tingkat nasional maupun global, dan memiliki kemampuan (daya juang) untuk terus melakukan perbaikan (*continuous improvement*), dan selalu berpikir positif untuk menghadapi tantangan dan permasalahan. Berkualitas Hidup yang ingin diwujudkan adalah sebuah kondisi masyarakat yang bahagia, yaitu: sehat jasmani dan rohani, berpendidikan, memiliki kesadaran untuk menjaga kelestarian lingkungan, memiliki kehidupan yang seimbang, memiliki kepedulian sosial, memiliki toleransi dalam menerima perbedaan yang ada, dan menginterpretasikan nilai dan kearifan lokal, warisan budaya, tradisi secara bijaksana, mampu mengembangkan dan memanfaatkan budaya, dan menjadikan budaya sebagai dasar penciptaan jatidiri dan karakter bangsa-nya. Adapun misi dari ekonomi kreatif, antara lain untuk mengoptimalkan pengembangan dan pelestarian sumber daya lokal yang berdaya saing, dinamis, dan berkelanjutan. Kemudian mengembangkan industri kreatif yang berdaya saing, tumbuh, beragam, dan berkualitas dan mengembangkan lingkungan kondusif yang mengarusutamakan kreativitas dalam pembangunan nasional dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Adapun kegiatan ini dilaksanakan oleh tim PKM pada bulan Maret 2022 seperti tampak pada gambar berikut :

**Gambar 3. Pelatihan Motivasi Wirausaha dan Ekonomi Kreatif**



Pelatihan motivasi wirausaha ini mendapatkan respon positif dari peserta, hal ini menjadi cikal bakal untuk mempesonakan masyarakat Desa Cibodas akan pentingnya wirausaha untuk menunjang peningkatan kesejahteraan demi memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dengan memanfaatkan potensi dengan pendekatan ekonomi kreatif.

#### 2. Apsek Keuangan

Tim PKM melakukan pelatihan pembukuan Mitra dilakukan setiap 2 minggu sekali, agar Mitra dapat membuat Catatan Keuangan Harian, Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas, Laporan Posisi Keuangan, Laporan Perubahan Ekuitas dengan menggunakan sistem akuntansi yang mudah dipahami. Kegiatan pelatihan pencatatan keuangan ini dilaksanakan oleh tim PKM seperti pada gambar berikut :



**Gambar 4. Pelatihan Pencatatan Keuangan UKM Madu**

Tim PKM melakukan evaluasi awal untuk mengetahui pengetahuan peserta tentang akuntansi sederhana dan manajemen keuangan keluarga. Kegiatan ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang berisi pertanyaan tentang informasi yang diketahui baik yang diperoleh dari hasil belajar maupun dari pengalaman secara langsung maupun tidak langsung meliputi: pengertian, metode, dan prosedur tentang akuntansi sederhana dan manajemen keuangan keluarga. Langkah selanjutnya pemberian materi manajemen keuangan keluarga dengan cara ceramah, latihan soal dan studi kasus kepada seluruh peserta. Kemudian pemberian materi pencatatan dengan cara ceramah, latihan soal dan studi kasus kepada seluruh peserta. Evaluasi akhir dilakukan dalam rangka untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Pendampingan selama satu bulan dengan pemberian tugas kepada seluruh peserta untuk membuat pencatatan keuangan keluarganya masing-masing.

### **3. Aspek Pemasaran**

#### **a. Membuat logo kemasan**

Mendesain stiker label dan logo saat ini menggunakan aplikasi desain yang bisa digunakan untuk membantu memudahkan pelaku UKM dalam membuat desain logo usahanya. Aplikasi desain yang dibuat tidak familier dengan fiturnya bisa membuat proses desain menjadi lebih lama. Tujuan penggunaan aplikasi untuk lebih efektif dan efisien bagi pelaku usaha. Tim PKM memberikan secara khusus logo untuk branding terhadap mitra seperti pada kegiatan berikut :



**Gambar 5. Pemberian Logo UKM Madu**

Pemberian logo oleh tim PKM kepada Mitra dilakukan untuk membantu mitra dalam mendapatkan logo guna branding produknya untuk dikenal banyak orang dalam peningkatan penjualan. Terlihat mitra mendapatkan manfaat secara khusus dari peran tim PKM ini.

*b. Packaging*

*Packaging* merupakan alat atau material yang digunakan untuk membungkus barang. *Packaging* berfungsi untuk melindungi barang dan menampilkan pesan produk, sehingga membuat desain dan bentuk *packaging* tidak boleh sembarangan, karena akan berpengaruh terhadap Citra produk atau penilaian konsumen terhadap produk tersebut. *Packaging* merupakan unsur penting pada suatu produk. *Packaging* bisa membuat produk lebih berkesan, menarik dan berkualitas. Tim PKM membantu mitra dengan mendesain serta memberikan kemasan madu yang menarik dalam bentuk botol yang unik seperti kegiatan dibawah ini :

**Gambar 4. Melakukan *Packaging* UKM Madu**



*Packaging* produk madu yang diberikan kepada mitra berupa botol unik untuk dapat menarik pelanggan dengan kemasan yang baik serta menjadikan produk lebih awet, higienis dan tahan lama.

#### **4. KESIMPULAN**

Hasil kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini tim PKM memberikan peran dari sisi akademis terdiri dari perbaikan – perbaikan yang dibutuhkan mitra dalam hal ini UKM Madu Desa Cibodas seperti aspek SDM, aspek keuangan dan aspek pemasaran. Ketiga hal tersebut untuk membantu UKM Madu dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi dilapangan. Selain itu, untuk mendorong UKM dapat membuat produknya dikenal masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan volume penjualan guna menekan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat Desa Cibodas Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka yang manfaat dari kegiatan PKM ini dirasakan secara langsung oleh mitra. Keberlanjutan program ini akan berkesinambungan selama 3 tahun. Tahun pertama ini tim PKM fokus pada 3 bidang saja.

#### **REFERENCES**

- Andri Oky. 2018. Perkembangan Usaha Kecil Menengah. [www.topbusiness.com](http://www.topbusiness.com)
- Kementerian Desa. 2020. Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi. [idm.kemendes.go.id](http://idm.kemendes.go.id)
- Kementerian Desa. 2020. Indeks Desa Membangun. [idm.kemendes.go.id](http://idm.kemendes.go.id)
- Harefa, K., Rachmatika, R., Rosyani, P., Herry, N. A. S., & Priambodo, J. (2022). Penggunaan Aplikasi Pembuatan Video Untuk Konten Pembelajaran. *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 51-56.
- Herry, N. A. S., Rosyani, P., Rachmatika, R., Harefa, K., & Priambodo, J. Pembuatan konten video pembelajaran menggunakan Filmora dan Youtube. <https://tokokemasankita.com/penjelasan-packaging/> diakses 24 Maret 2022.
- [http://repository.stiedewantara.ac.id/136/8/BAB%201%201\\_.pdf](http://repository.stiedewantara.ac.id/136/8/BAB%201%201_.pdf). Diakses 24 Maret 2022.
- <https://zahiraccounting.com/id/blog/pencatatan-keuangan-pada-bisnis>. diakses 24 Maret 2022