

**PERAN PEMERINTAH DESA DURIAN KECAMATAN PADANG CERMIN  
KABUPATEN PESAWARAN DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL  
PADA UMKM HANNI BERBASIS *DIGITAL MARKETING* UNTUK  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA**

**Nur Islam<sup>1</sup> Tia Marlinda Sari<sup>2</sup>**

**Vani Aprilia Safitri<sup>3</sup>**

*Universitas Muhammadiyah Lampung*

*Universitas Muhammadiyah Lampung*

*Universitas Muhammadiyah Lampung*

**ABSTRACT**

*The government of Durian Village, Padang Cermin District, Pesawaran Regency, as a facilitator, has undertaken various efforts to assist and support Hanni MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) by leveraging digital technology. This digital marketing-based MSME model is expected to facilitate broader marketing of its products. However, by 2022, Hanni MSMEs continued to face numerous challenges, including limited human resources (HR) in utilizing and maximizing digital technology.*

*This study is a descriptive research with a qualitative approach. The purpose of this study is to explore the role of the government of Durian Village, Padang Cermin District, Pesawaran Regency, Lampung, in the development of local economy, specifically through Hanni MSMEs. Hanni MSMEs, a digital marketing-based enterprise, is supported by the government of Durian Village to enhance family welfare.*

*Based on the research findings and discussion, it can be concluded that the government of Durian Village, Padang Cermin District, Pesawaran Regency, Lampung, has fulfilled its role in accordance with its duties and functions as a facilitator through training, mentoring, guidance, and support. The limited skills in HR affect the ability of human resources to manage and operate digital technology media effectively. While the Durian Village government has made efforts to develop digital marketing-based MSMEs, it has not yet succeeded in improving the welfare of families involved in Hanni MSMEs.*

***Keywords: Role of Village Government, Local Economic Development, Digital Marketing MSMEs, and Family Welfare***

## ABSTRAK

Pemerintah Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran sebagai fasilitator telah melakukan berbagai upaya pendampingan dan membantu UMKM Hanni dengan memanfaatkan teknologi digital. UMKM berbasis *digital marketing* ini diharapkan agar lebih mudah dalam memasarkan produknya secara lebih luas. Hingga 2022 berbagai kendala masih menerpa UMKM Hanni diantaranya keterbatasan sumberdaya manusia (SDM) dalam memanfaatkan dan memaksimalkan teknologi digital.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran Pemerintah Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Lampung dalam pengembangan ekonomi lokalnya yakni UMKM Hanni. UMK Hanni merupakan UMKM binaan Pemerintah Desa Durian yang berbasis *digital marketing*. Dengan berbasis *digital marketing* dimaksudkan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga terutama pemilik dan pengelola UMKM Hanni.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disampaikan bahwa Pemerintah Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Lampung telah menjalankan perannya sesuai dengan tugas dan fungsinya sebagai fasilitator seperti pelatihan, pendampingan, bimbingan dan bantuan penguatan. Kurang *skill* SDM berdampak pada kemampuan sumberdaya manusia sehingga sulit untuk mengelola dan mengoperasikan media teknologi digital. Pemerintah Desa Durian juga telah melakukan pengembangan UMKM berbasis *digital marketing* namun belum mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga anggota UMKM Hanni.

**Kata Kunci:** *Peran Pemerintahan Desa, Pengembangan Ekonomi Lokal, UMKM Digital Marketing, dan Kesejahteraan Keluarga*

---

## PENDAHULUAN

Undang-undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa menyebutkan dibuatnya peraturan tersebut antara lain untuk membentuk pemerintahan desa yang profesional, efisien dan efektif, terbuka, serta bertanggung jawab, juga mendorong prakarsa, gerakan, dan partisipasi masyarakat desa untuk pengembangan potensi dan aset desa guna kesejahteraan bersama serta sebagai upaya meningkatkan pelayanan publik bagi warga masyarakat desa guna mempercepat perwujudan kesejahteraan umum.

Berbagai upaya pemerintah pusat, provinsi, kabupaten, kota hingga desa

untuk mewujudkan kesejahteraan umum atau lebih khusus kesejahteraan keluarga warga desa. Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung berhasil memfasilitasi berdirinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Hanni. Pembentukan UMKM setidaknya diharapkan untuk memperkuat ekonomi lokal, mendorong kesejahteraan masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Berdiri dan berkembangnya UMKM sejatinya untuk mendukung sektor-sektor ekonomi dan menciptakan lapangan kerja yang lebih luas. Melalui pengembangan UMKM berbasis *digital marketing* diharapkan untuk memperkuat ekonomi lokal yang memiliki daya saing cukup tinggi dan dapat bersaing di tingkat regional dan global. Karena itu, UMKM perlu terus bersikap adaptif, kreatif, dan inovatif, terutama dalam memanfaatkan teknologi produksi serta pemasaran yang berbasis digital. Pada akhirnya, UMKM diharapkan pula dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga pelaku UMKM dan keluarga non pelaku UMKM.

Pemerintah Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran memiliki usaha ekonomi lokal berupa UMKM. UMKM Hanni binaan pemerintah desa ini berdiri pada 2019. bergerak dalam bidang makanan olahan ikan. Hingga tahun 2022 kegiatan UMKM masih memiliki keterbatasan SDM dan teknologi modern. Pemerintah desa sebagai fasilitator dalam memberikan pendampingan dan membantu UMKM dalam keterbatasannya sudah dilakukan, namun yang menjadi permasalahannya adalah pembinaan dan pelatihan untuk mengembangkan UMKM berbasis *digital marketing* agar dapat berdaya saing dengan memasarkan produk ke pasar luas dengan *digital marketing* masih bersifat stagnan atau tidak berkelanjutan, dalam hal ini peluang UMKM binaan Desa Durian dalam membantu perekonomian masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga di Desa Durian.

Pemerintah Desa Durian Adapun kegiatan pengembangan SDM UMKM binaan desa yang sudah dilakukan oleh pemerintah Desa Durian seperti kegiatan pelatihan seminar smart branding untuk UMKM kiat mengelola brand dengan memanfaatkan media sosial pelatihan manajemen keuangan, pelatihan *e-commerce* bagi usaha mikro di sektor perikanan/peternakan. Upaya pengembangan ini dilakukan guna meningkatkan daya saing UMKM binaan desa, namun dalam pelaksanaannya belum dapat berjalan dengan maksimal sehingga hasilnya pun belum optimal. Penyebabnya adalah karena upaya pengembangan yang dilakukan

oleh pemerintah Desa Durian tidak berkelanjutan dan belum mampu memberikan followup dan juga SDM dari UMKM binaan desa sendiri yang belum sepenuhnya menguasai penggunaan media teknologi kronologi sehingga dalam kegiatan pelatihan tersebut SDM UMKM binaan desa masih kurang memahami bagaimana penggunaan dan pengelolaan media-media platform pemasaran produk secara online.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Peran Pemerintah Desa**

Menurut Soerjono Sukanto (2002:243) peran adalah proses dinamis kedudukan (status), jika seseorang melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan perannya, berarti telah menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisahkan karena peran sangat bergantung pada kedudukan, dan kedudukan pun bergantung pada peran.

Pemerintahan Desa menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan yang dilaksanakan oleh pemerintah desa, yang terdiri dari Kepala Desa dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD), dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Pemerintah desa memiliki kedudukan sebagai subordinat dari pemerintahan daerah, dalam hal ini adalah pemerintah kabupaten/kota, tetapi tetap memiliki kewenangan otonom dalam mengelola urusan desa sesuai dengan kebutuhan lokal.

Pemerintah desa bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat desa, melalui peningkatan kualitas hidup masyarakat desa dalam bidang sosial, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur. Pemerintah desa juga berperan dalam pelaksanaan pemerintahan yang demokratis, dengan mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pembangunan.

Sedarmayanti M. (2017) menjelaskan salah satu fungsi penting pemerintah desa adalah menjalankan pemerintahan yang baik dengan memperhatikan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat dalam setiap kebijakan yang diambil.

Dari penjelasan di atas, bisa disimpulkan bahwa peran pemerintah desa memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan

masyarakat desa. Dari penyediaan layanan dasar hingga pemberdayaan masyarakat dan pembangunan infrastruktur, pemerintah desa memiliki tanggung jawab besar dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pengelolaan keuangan yang transparan dan akuntabel, serta pemberdayaan potensi lokal, menjadi faktor utama dalam kesuksesan pemerintahan desa. Oleh karena itu, setiap kebijakan yang diambil oleh pemerintah desa harus selalu melibatkan partisipasi masyarakat dan mengedepankan kepentingan bersama.

## **2. Pengembangan Ekonomi Lokal**

Pengembangan ekonomi lokal didefinisikan sebagai: “Terjalannya kerja sama kolektif antara pemerintahan, dunia usaha serta sektor non pemerintahan dan masyarakat untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan secara optimal sumber daya yang dimiliki dalam upaya merangsang dan menciptakan perekonomian lokal yang kuat, mandiri dan berkelanjutan” (Dirjen Cipta Karya, KPUPR dalam Alexander Gatot Wibowo, 2019:6).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa pengembangan dalam konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemberian fasilitas, pendampingan, bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Pengembangan UMKM melalui pemberian fasilitas, pendampingan, bimbingan dan bantuan perkuatan dilakukan dengan beberapa cara dilihat dari bidangnya meliputi, bidang produksi pengolahan, bidang pemasaran, bidang pengembangan SDM dan bidang desain dan teknologi.

## **3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan melalui pengertian secara terpisah yang meliputi Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang

dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

#### **4. Digital Marketing**

Song dalam Bustanol Arifin (2019:2) mendefinisikan *digital marketing* sebagai instrumen ampuh untuk membangun merek dan lalu lintas agar bisnis berhasil. Secara umum, metode pemasaran digital mendorong pelanggan untuk mampir ke toko yang telah didirikan perusahaan secara *online*.

Penjelasan berbagai taktik *digital marketing* yang bisa digunakan antara lain (Setyowati dalam Imam Ahmad 2022:29):

##### *1) Whatsapp for business*

Indonesia memiliki basis pengguna *whatsapp* yang cukup besar. Ini dapat diterapkan pada pemasaran digital yang efisien, namun menggunakan tipe *whatsapp* standar tidak dianjurkan (Hendriyani et al, dalam Imam Ahmad 2022:30).

##### *2) Copywriting*

Membuat tulisan yang persuasif dan menarik adalah teknik yang digunakan dalam *copywriting*, yang mendorong pembaca untuk membeli barang yang diberikan (Hidayat, dalam Imam Ahmad 2022:33).

##### *3) Social media marketing*

*Social media marketing* adalah taktik terakhir yang paling banyak digunakan para pebisnis. Menurut data yang diberikan oleh Hootsuite (*We are digital*), Indonesian digital report 2022, dari total populasi lebih dari 270 juta, 160 juta orang Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Temuan ini mendukung gagasan bahwa menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan potensial adalah salah satu strategi terbesar untuk menerapkan strategi pemasaran bagi suatu perusahaan. Namun perlu diingat bahwa *social media marketing* tidak bisa dilakukan sembarangan. Karena harus melakukan riset

audiens, menghasilkan konten yang menarik, dan menilainya dengan melacak data pemasaran dari *platform* media sosial yang digunakan (Dono Saputro et al, dalam Imam Ahmad 2022:34).

## 5. Kesejahteraan Keluarga

Menurut Sunarti (2004), kesejahteraan keluarga adalah suatu kondisi di mana keluarga mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar anggotanya, meliputi kesehatan, pendidikan, dan ekonomi, serta menjaga keharmonisan hubungan antar anggota keluarga. Kesejahteraan tercapai ketika keluarga dapat berfungsi dengan baik dalam berbagai aspek kehidupannya, termasuk di lingkungan sosial. Selain pemenuhan kebutuhan fisik, kesejahteraan keluarga juga melibatkan kesehatan psikologis dan sosial, sehingga tercipta kehidupan keluarga yang harmonis dan produktif.

Sementara Friedman (2010) menjelaskan kesejahteraan keluarga mencakup kemampuan keluarga untuk memenuhi kebutuhan fisik, emosional, dan sosial anggota-anggotanya. Dalam hal ini, kesejahteraan diukur dari kualitas hubungan antar anggota keluarga, dukungan emosional, serta kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasar secara konsisten.

Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) dalam Rafidah (2020:14) menetapkan lima indikator kesejahteraan keluarga yang diukur dengan kriteria kesejahteraan keluarga, yaitu sebagai berikut:

- a. Keluarga prasejahtera, yakni mereka yang tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar anggotanya, seperti sandang, pangan, papan, perawatan kesehatan, dan pendidikan.
- b. Keluarga sejahtera I, yaitu keluarga yang telah diberi sarana untuk memenuhi kebutuhan pokoknya sekurang-kurangnya tetapi tidak kebutuhan sosial atau psikologisnya, seperti kebutuhan akan ibadah, rumah yang nyaman, pakaian yang nyaman, pakaian yang pantas, atau penghasilan lebih tinggi.
- c. Keluarga Sejahtera II, yaitu keluarga yang telah mampu memenuhi kebutuhan dasar sosial dan psikologisnya namun belum mampu memenuhi kebutuhan pembangunannya, seperti menabung, mengikuti kegiatan kemasyarakatan, dan memperdalam komitmen keagamaannya.
- d. Keluarga Sejahtera III, meliputi rumah tangga yang mampu memenuhi kebutuhan dasar serta kebutuhan sosio-psikologis dan perkembangannya.

Namun, mereka juga terlibat dalam kegiatan keagamaan, seni, atletik, dan pendidikan dan tidak dapat secara teratur membantu kegiatan masyarakat.

- e. Keluarga Sejahtera III plus, dimana keluarga diberikan sarana untuk memenuhi kebutuhan pokok maupun kebutuhan sosial, psikologis, dan perkembangannya, serta sarana untuk berdonasi kepada organisasi amal.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti menerapkan metode kualitatif deskriptif dalam penelitian ini untuk menggambarkan kondisi secara alami, sistematis, dan faktual sesuai keadaan saat ini. Tujuannya adalah untuk menjelaskan serta mengatasi masalah yang diangkat dengan cara mencari data dan fakta konkret terkait upaya desa dalam mengembangkan ekonomi lokal menuju pembinaan UMKM berbasis pemasaran digital untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga di Desa Durian, Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran, pada tahun 2022.

Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini, yakni diantaranya, a) data primer, dan b) data sekunder. Peneliti memilih Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung sebagai tempat penelitian. Jumlah informan yang digunakan peneliti dalam penelitian berjumlah 5 orang yang terdiri dari 1 orang aparatur desa, 1 orang pengurus inti/IT UMKM binaan desa dan 3 orang anggota UMKM.

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun metode analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan keabsahan data. Metode keabsahan data yang digunakan peneliti yakni triangulasi sumber dimana peneliti membandingkan informasi yang dikumpulkan dari wawancara dengan observasi penelitian, serta membandingkan data yang dikumpulkan melalui observasi dengan wawancara dan dokumen lain yang berkaitan dengan usaha pemerintah desa dalam pengembangan UMKM berbasis *digital marketing* untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga tahun 2022 di Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **1. Pengembangan Ekonomi Lokal pada UMKM Binaan Desa Berbasis *Digital marketing* untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga (Studi pada Pemerintah Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran)**

Pemerintah desa memiliki peran membantu dalam mengembangkan usaha ekonomi lokal untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga masyarakatnya. UMKM binaan desa sebagai usaha ekonomi lokal yang dimiliki oleh desa, untuk itu Pemerintah Desa Durian melakukan upaya pengembangan ekonomi lokal pada UMKM Hanni binaan Desa Durian berbasis *digital marketing* dengan memberikan fasilitas, pendampingan serta bimbingan dan bantuan perkuatan. Ketiga usaha tersebut sudah dilakukan oleh Pemerintah Desa Durian untuk mengembangkan UMKM Hanni Binaan Desa Durian berbais *digital marketing*.

Fasilitas dan pendampingan yang diberikan oleh pemerintah desa kepada UMKM Hanni binaan desa meliputi fasilitas sarana berupa jenset, spinner dan sealer serta pendampingan dalam penggunaannya. Alat-alat tersebut sangat bermanfaat untuk menunjang kelancaran kegiatan produksi. Fasilitas dan pendampingan lain yang diberikan oleh pemerintah desa kepada UMKM Hanni binaan desa yakni fasilitas pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital (*digital marketing*). Hasil pelatihan manajemen keuangan sangat bermanfaat bagi proses pembukuan keuangan serta sistem bagi hasil yang diterapkan UMKM Hanni binaan desa yang didampingi oleh pemerintah desa. Namun, pelatihan pemasaran digital belum dilakukan dengan maksimal oleh pemerintah desa karena keterbatasan SDM pemerintah desa tentang pemasaran digital sehingga tidak dapat melakukan pendampingan atau followup dengan maksimal. Adapun bimbingan dan bantuan perkuatan yang diberikan oleh pemerintah desa kepada UMKM Hanni binaan desa berupa permodalan stimulan dan juga pendirian rumah produksi UMKM Hanni binaan desa. Bimbingan dan bantuan perkuatan lainnya berupa peningkatan akses teknologi melalui pemasaran digital, namun pelaksanaannya belum berjalan dengan maksimal. Ketidakmaksimalan upaya pengembangan berbasis *digital marketing* yang dilakukan oleh pemerintah desa kepada UMKM Hanni binaan desa disebabkan oleh keterbatasan SDM Pemerintah Desa Durian dalam

teknologi digital sehingga upaya yang dilakukan pun tidak berkelanjutan juga SDM pelaku UMKM Hanni binaan desa dalam penggunaan dan pengelolaan teknologi digital sebagai media pemasaran.

## **2. Strategi *Digital marketing* UMKM Hanni Binaan Desa Durian Berbasis *Digital marketing***

Upaya pemasaran digital (*digital marketing*) yang dilakukan oleh UMKM Hanni binaan desa dalam memasarkan produknya. Ketiga cara tersebut dilakukan oleh UMKM Hanni binaan desa, namun pengelolaannya masih terbatas karena skill yang dimiliki oleh SDM UMKM Hanni binaan desa belum sepenuhnya menguasai sehingga penggunaan strategi *digital marketing* dengan ketiga cara tersebut belum terlaksana dengan maksimal. Ketidakmaksimalan UMKM Hanni binaan desa dalam meningkatkan penjualan menggunakan media teknologi juga dipengaruhi oleh kurangnya followup SDM Pemerintah Desa Durian.

## **3. Kesejahteraan Keluarga Anggota UMKM Hanni Binaan Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran**

Upaya pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah desa belum mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga anggota UMKM Hanni Binaan Desa Durian karena keluarga anggota UMKM binaan desa hanya mampu memenuhi kebutuhan dasar sekadar cukup dan belum memiliki penghasilan tinggi, yang masuk dalam kriteria keluarga sejahtera I dengan kualifikasi keluarga yang mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, papan, perawatan, kesehatan dan pendidikan.

## **KESIMPULAN**

1. Pemerintah Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran dengan keterbatasan sumberdaya manusia (SDM) yang ada telah melakukan pengembangan dan menindaklanjuti pada UMKM Hanni terkait penggunaan teknologi digital sebagai media pemasaran digital (*digital marketing*). Usaha yang dilakukan pemerintah desa setempat antara lain melakukan pelatihan, pendampingan, bimbingan dan bantuan penguatan
2. Kurang maksimalnya Pemerintah Desa Durian dalam pengembangan

UMKM berbasis *digital marketing* antara lain berdampak pada kemampuan sumberdaya manusia pada UMKM Hanni sehingga sulit untuk mengelola dan mengoperasikan media teknologi digital

3. Pemerintah Desa Durian telah melakukan pengembangan UMKM berbasis *digital marketing* namun belum mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga anggota UMKM Hanni karena keluarga anggota UMKM Hanni hanya mampu memenuhi kebutuhan dasar sekadar cukup dan belum memiliki penghasilantinggi, yang masuk dalam kriteria keluarga sejahtera I dengan kualifikasi keluarga yang mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti sandang, pangan,papan, perawatan, kesehatan dan pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ahmad Imam, Kom, S., Kom, M., Djajasinga, I. N. D., Astuti, S. D., Annisa Sanny, S. E., & Ani Mekaniwati, S. E. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Friedman, M. M. (2010). *Family Nursing: Research, Theory, and Practice*. Pearson Education
- Kementerian Pendidikan Dan Budaya, (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta.
- Muljono, Ryan Kristo (2018). *Digital Marketing Concept Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing untuk Membuat Perubahan Besar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Musta'in, Mudjib Musta'in, Muafiqie, M. S. D. H., Karman, M. S. A., & Kalsum, M. U. (2022). *Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Dan Kemandirian Masyarakat Era Society 5.0*. Surabaya: Global Aksara Pers.
- Nahdataini Enazuarni, Winda (2020). *UMKM Dan Penguatan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Pada Usaha Tahu Rebani Di Desa Aikmual)*. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Permadi, Dedi, Shabrina, F., & Rahyaputra, V. (2018). *Menyongsong Kewirausahaan Digital Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press.
- Rafidah (2020). *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Kewirausahaan Islami Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*. Malang: Ahlimedia Book.
- Sedarmayanti, M. (2017) *Pemerintahan Desa: Konsep, Fungsi, dan Implementasi*, Bandung, Refika Aditama
- Soekanto, S. (2020). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.

Sunarti, E. (2004). *Kesejahteraan Keluarga dan Penerapannya di Indonesia*. IPB Press

Wibowo, Alexander Gatot. (2019). *Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi Kasus di Kampung Sagu Simpuro Distrik, Ebungfauw, Kabupaten Jayapura*. DKI Jakarta: Indocamp.

### **Jurnal Ilmiah:**

- Arifin, Bustanol, Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep digital marketing berbasis SEO (*Search Engine Optimization*) dalam strategi pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87-94.
- Budiantoro, Wahyu (2017). Dakwah di Era Digital. *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263-281.
- Hanum, Nurlaila, & Safuridar, S. (2018). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Kesejahteraan Keluarga di Gampong Karang Anyar Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 42-49.
- Khoirunnisa (2021). Penguatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Pengolahan Ikan Asin Di Desa Panipahan Kecamatan Pasir Limau Kpasa Kabupaten Rokan Hilir. (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Lakoro, Fibriyanti S. (2021). Literasi Dan Model Manajemen Keuangan Umkm Berbasis Digital Pada UMKM-UMKM Di Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 409-420.
- Nikmah, Khoirotun (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat Kampung Tempe di Kelurahan Jogotrunan Kabupaten Lumajang (*Doctoral dissertation*, Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Polnaya, Ghalib Agfa, & Darwanto, D. (2015). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Purwanto, Agung, & Taftazani, B. M. (2018). Pengaruh jumlah tanggungan terhadap tingkat kesejahteraan ekonomi keluarga pekerja k31 Universitas Padjadjaran. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(2), 33-43.
- Putra, Adnan Husada (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40-52.
- Rohman, Abd. (2018). Kepemimpinan Pelayanan Prima di Pedesaan. *Reformasi*, 7(1).
- Seftiwitri, Wika. (2022). Digitalisasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Baytat Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bengkulu (*Doctoral dissertation*, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Sudaryanto, (2011). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. *Lovebird University*, 1-32.

Susanti, Etika Ari (2013). Pengembangan ekonomi lokal dalam sektor pertanian (studi pada Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang) (*Doctoral dissertation*, Brawijaya University).

Yuli Yana.(2021). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Dalam Pengembangan Kapasitas Melalui Kegiatan Pengolahan Ikan Di Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

**Perundang-Undangan:**

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Miko Kecil dan Menengah

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Otonomi Daerah

Undang-Undang Nomor 52 tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Peraturan Pemerintah Nomor 87 Tahun 2014 Tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, Keluarga Berencana dan Sistem Informasi Keluarga