

Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Kabupaten Soppeng

Andi Wafda^{1*}, Ririn Anggraini²

^{1,2} Universitas Islam Indonesia, Indonesia

* andiwafda@students.uui.ac.id

Abstrak

Seiring dengan meluasnya penggunaan internet, pemasaran digital berkembang dengan pesat. Kenaikan ini dipicu oleh aksesibilitas ponsel dengan biaya yang terjangkau. Meskipun demikian, adopsi pemasaran digital oleh pelaku usaha, seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), masih tergolong minim. Banyak BUMDes di Kabupaten Soppeng yang belum sepenuhnya memahami bahwa pemasaran digital bukan hanya sekadar tempat untuk melakukan transaksi, melainkan penggunaan berbagai sumber daya online untuk menyebarluaskan informasi tentang produk BUMDes. Sumber daya BUMDes mencakup tidak hanya situs web pemasaran, tetapi juga platform media sosial yang dikelola oleh BUMDes. Media sosial yang digunakan untuk pemasaran digital tidak hanya melibatkan akun khusus BUMDes, tetapi juga akun media sosial pribadi para pekerja BUMDes. Berkat perluasan jangkauan promosi produk, penjualan produk dari BUMDes di Kabupaten Soppeng mengalami peningkatan.

Kata kunci: *BUMDes, Digital Marketing, Daya Saing, Desa*

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi suatu wilayah seringkali dipengaruhi oleh strategi pembangunan yang mengoptimalkan potensi manusia, kelembagaan, dan sumber daya lokal (Affandi et al., 2020; Nofrizal et al., 2019). Kegiatan pengolahan sangat penting dengan integrasi sektor primer untuk mencapai pembangunan yang efektif, karena hal ini dapat meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing di pasar (Syahza et al., 2021; Deny, 2021). Persaingan ekonomi lokal di Indonesia, terutama dalam kerangka Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), terdapat tantangan besar dalam memperluas ekonomi pedesaan. Strategi yang diandalkan adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang diharapkan dapat mengatasi kemiskinan di desa serta membawa reformasi kelembagaan yang mendukung integrasi dengan MEA (Firmansyah et al., 2018). Kelembagaan BUMDes dirancang untuk mengimplementasikan konsep komersialisasi dengan tetap mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan, transparansi, dan tanggung jawab (Sinarwati et al., 2022). Dalam hal ini, keterlibatan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dalam sektor pedesaan membuka peluang baru namun juga menghadapi risiko. Kebijakan pemerintah yang fokus pada komersialisasi pedesaan dari tahun 1950 hingga 2000 tidak memberikan dampak signifikan karena seringkali tidak sesuai dengan

karakteristik dan kebutuhan spesifik pedesaan (Siswanto et al., 2017). MEA, yang berupaya membawa pasar ke hampir semua sektor termasuk pedesaan, menimbulkan tantangan tambahan bagi masyarakat pedesaan. Kebutuhan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar yang lebih luas dan kompetitif menjadi semakin mendesak (Kusumawanti et al., 2017). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih terintegrasi dan sensitif terhadap karakteristik lokal agar proses komersialisasi dan integrasi dalam kerangka MEA dapat memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat pedesaan.

Sebagai peluang, BUMDes perlu membangun dan memperkuat modal kelembagaan serta sosial dengan cara mengembangkan jaringan yang melibatkan warga desa, pemerintah desa, pemerintah pusat, akademisi, dan investor, serta meningkatkan kepercayaan di antara pemangku kepentingan dengan menetapkan kebijakan yang menguntungkan komunitas lokal (Syapsan, 2017; Sanjaya et al., 2020). Dengan demikian, pasar yang diperkenalkan melalui konsep komersialisasi MEA tidak berinteraksi langsung dengan individu di masyarakat pedesaan, melainkan melalui lembaga seperti BUMDes yang membangun modal sosial yang solid, sekaligus mengabaikan peran kepemimpinan desa sebagai agen perubahan. Di Indonesia, perencanaan pembangunan daerah dimulai dari tingkat bawah, sehingga pemerintah pusat berharap pemerintah desa (sebagai tingkat pemerintahan terendah) memiliki badan usaha yang dapat berfungsi sebagai sumber pendanaan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat (Firsyah, 2018; Yanti et al., 2022).

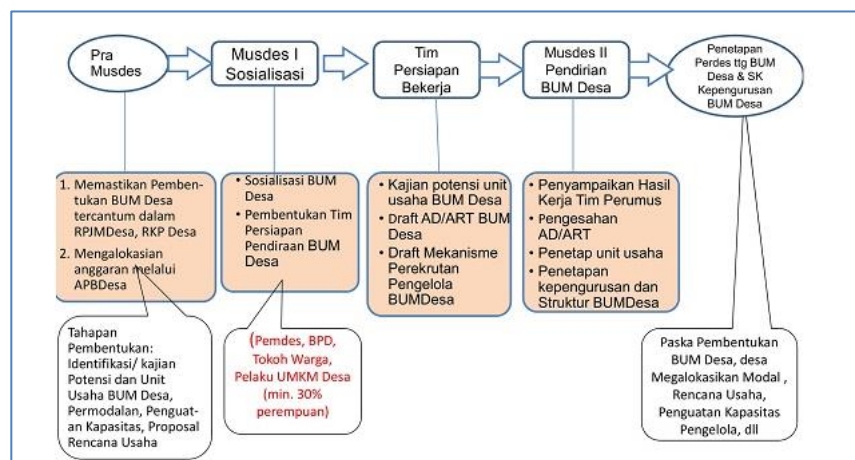
BUMDes merupakan entitas usaha yang dimiliki oleh pemerintah desa. Saat ini, BUMDes masih berada dalam tahap pengembangan awal dan memerlukan dukungan dari berbagai pihak (Aribowo et al., 2023). Secara internal, tantangan terbesar yang dihadapi BUMDes adalah manajemen bisnis dan kelembagaan yang kurang optimal, sedangkan tantangan eksternal berasal dari persaingan di pasar produk (Rahmi et al., 2022). Untuk mengatasi masalah internal, salah satu solusinya adalah membangun kerjasama dengan pihak lain, sedangkan solusi eksternal mencakup pemanfaatan potensi sumber daya alam desa. Keterlibatan pemerintah daerah dan masyarakat dalam mendorong inovasi untuk menciptakan ekonomi yang stabil dan sejahtera telah berhasil menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada (Terttiaavini et al., 2021).

BUMDes telah berhasil menciptakan sistem aplikasi yang memenuhi kebutuhan pengolahan data dan informasi bagi pelaku usaha kecil, serta mendukung inovasi di bidang UMKM dan digital (Yaarozaatulo et al., 2021). Selain memberikan pelayanan kepada masyarakat lokal dengan harga yang kompetitif dan layanan yang sesuai dengan standar pasar, BUMDes tidak menimbulkan distorsi ekonomi di desa. Desa memiliki berbagai cara untuk meningkatkan ekonomi lokal, salah satunya melalui pengelolaan BUMDes. Namun, untuk mencapai tujuan BUMDes, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti masalah komunikasi, manajemen unit usaha, kekurangan sumber daya manusia, pemanfaatan sumber daya lokal yang belum maksimal, dan kurangnya keterlibatan masyarakat (Wijayanti et al., 2022).

BUMDes merupakan bisnis lokal yang perlu meningkatkan daya saingnya. Meskipun orientasi kewirausahaan tidak secara langsung mempengaruhi keunggulan kompetitif, ia berkontribusi secara tidak langsung melalui berbagai aspek pemasaran (Madjid et al., 2022). BUMDes dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan mengembangkan pola pikir kewirausahaan yang diterjemahkan dalam praktik operasional pemasaran (Winata et al., 2020). Data dari Badan Pusat Statistik tahun 2018 menunjukkan bahwa pemuda memiliki peran krusial dalam pembangunan nasional.

Peran pemuda dalam kewirausahaan adalah elemen penting, khususnya dalam mendukung pengembangan BUMDes di kawasan pedesaan (Albab et al., 2020). Dengan potensi yang besar, desa menghadapi berbagai tantangan dalam proses pengembangannya, baik dari segi pemasaran maupun faktor pendukung lainnya. Di sini, ekosistem berbasis digital sangat berperan, memberikan akses yang mudah dan terstruktur untuk pertumbuhan desa, terutama dalam aspek pemasaran digital. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk sarana, prasarana, regulasi, dan elemen lainnya, sangat penting untuk memasarkan, memperkenalkan, dan mempengaruhi masyarakat.

Metode



Gambar 1 Tahapan Pengembangan BUMDes

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara langsung di Aula Kantor Desa Kabupaten Soppeng, khusus untuk pengurus Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang berjumlah 30 orang. Acara ini dirancang sebagai platform edukatif yang mencakup sesi diskusi interaktif dengan manajemen BUMDes, di mana peserta pelatihan dapat secara aktif mengajukan pertanyaan dan mendapatkan wawasan mendalam mengenai strategi pemasaran digital di Era Industri 4.0, berdasarkan studi terbaru oleh Suherman et al. (2022). Kegiatan ini diselenggarakan dalam kerja sama erat dengan Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbangda) Kabupaten Soppeng, yang bertanggung jawab atas koordinasi dan dukungan logistik. Proses pelaksanaan program mencakup langkah-langkah persiapan yang menyeluruh, termasuk pengembangan materi diskusi yang relevan dan pengadaan peralatan yang diperlukan, untuk

memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan pengalaman belajar yang optimal dan bermanfaat.

Selanjutnya, para pengurus BUMDes mengikuti pelatihan mengenai kewirausahaan yang merupakan bagian dari sesi pelatihan pemasaran digital. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk menginspirasi dan mendukung pengembangan jiwa serta karakter kewirausahaan mereka (Sadat, 2019). Di samping itu, penting untuk dicatat bahwa pengurus BUMDes sudah memiliki pemahaman yang solid tentang teknologi informasi positif dan penerapan digital marketing. Hal ini memungkinkan mereka untuk memanfaatkan platform digital dengan lebih efektif. Platform yang dimaksud mencakup media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, serta marketplace online seperti Shopee dan Tokopedia (Karim et al., 2022).

Hasil dan Pembahasan

Kajian kondisi BUMDes di Kabupaten Soppeng

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Soppeng berlangsung dengan baik. Sebelum pelaksanaan, analisis situasi menunjukkan bahwa kendala utama adalah kekurangan sumber daya manusia, baik dalam pengelolaan aplikasi maupun tenaga kerja produksi, yang mengakibatkan pengembangan teknologi tidak menjadi prioritas bagi pelaku bisnis (Purwanto et al., 2022; Purwaninsadatgsih et al., 2020). Kondisi serupa juga ditemukan pada BUMDes di Kabupaten Soppeng, di mana proses penjualan belum sepenuhnya beralih ke platform digital. Akibatnya, pelaku bisnis kurang memfokuskan perhatian pada pengembangan teknologi pemasaran. Meskipun demikian, BUMDes di Kabupaten Soppeng telah berusaha mengimplementasikan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai bagian dari strategi pertumbuhan mereka, terutama melalui media sosial yang penggunaannya belum optimal (Endrekson, 2022). BUMDes di daerah tersebut masih dinilai belum sepenuhnya siap untuk memanfaatkan TIK secara maksimal dalam mendukung bisnis mereka, serta menghadapi tantangan seperti kekurangan tenaga kerja dan keterbatasan dalam produksi produk.

Salah satu aspek krusial dalam pengembangan BUMDes adalah kemampuan untuk menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak yang dapat memperkuat pemberdayaan BUMDes, baik dari segi organisasi maupun ekonomi (Suhartono et al., 2023). Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Penatausahaan, Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa, Pasal 2, mengatur bahwa kerja sama antar desa merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan pelayanan umum di luar BUMDes. Peraturan ini kemudian diperbarui menjadi Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa, dan pada tahun 2020 diperluas menjadi Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDes Bersama). Namun, implementasi bentuk kerja sama ini di tingkat desa di Kabupaten Soppeng belum sepenuhnya terealisasi. Saat ini, BUMDes di daerah tersebut masih

merupakan milik desa masing-masing dan belum melaksanakan program kerja sama dengan desa-desa lain.

Selain itu, kerjasama juga bisa dilakukan dengan pihak luar desa, Contohnya termasuk komunitas kreatif, lembaga bisnis, media, dan akademisi. Fokus utama dari konsep kerja sama yang dibahas dalam kajian ini adalah melibatkan aktor-aktor di luar pemerintah desa untuk bekerja sama dengan BUMDes. Konsep ini diambil dari pendekatan pengembangan kota kreatif yang terdapat dalam Rencana Strategis Kemenparekraf 2020-2024, yang menggunakan model kerja sama pentahelix. Model kerja sama ini dapat dipahami sebagai pendekatan pengembangan BUMDes yang mengutamakan kolaborasi terintegrasi antara lima elemen utama pentahelix, yaitu masyarakat (termasuk lembaga sosial), pemerintah, industri, akademisi, dan media, yang berfungsi sebagai katalisator (Asri et al., 2021; Cahyaningrum et al., 2022).

Berikut adalah rekomendasi tindakan berdasarkan hasil penelitian ini, dengan mempertimbangkan model kerja sama pentahelix dan kontribusi masing-masing pihak terhadap pengembangan BUMDes di Kabupaten Soppeng:

Tabel 1. Kolaborasi Pentahelix untuk Pengembangan BUMDes di Kabupaten Soppeng

Elemen	Peran	Lingkup Pekerjaan	Unit kerja
Pemerintah	Fasilitator dan Pelatih	Pendampingan Kelembagaan, Pengembangan Produk Bisnis dan Penguatan Tata Kelola.	Investasi Daerah Soppeng Melayani Dinas Koperasi dan UKM Kampus
Akademisi	Penelitian dan Pengembangan	Penguatan Kompetensi, Pendampingan Penyusunan Business Plan dan Standardisasi Produk Bisnis.	Universitas
Dunia Usaha/Industri	Investor dan Mitra	Pemberdayaan Kelompok Usaha, Penguatan Kompetensi Wirausaha Desa, dan Mitra Usaha Desa.	Toko, Minimarket dan Pasar
Komunitas Kreatif	Wirausaha Akselerator	Pendampingan Kelembagaan dan Kewirausahaan.	Komunitas Pemuda atau Komunitas Kreatif Soppeng
Media	Pemasaran Digital	Promosi Produk melalui saluran media dan media sosial.	Media Lokal

Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing BUMDes

Para peserta dalam kegiatan ini diharapkan dapat memanfaatkan dan mengoptimalkan produk teknologi informasi secara efektif. Program ini mencakup pengajaran mendalam mengenai penggunaan teknologi informasi, teknik blogging yang efisien, serta prosedur pembuatan konten digital yang berkualitas. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode pelatihan yang digunakan meliputi teknik ekspositori (ceramah) yang disertai dengan sesi diskusi interaktif. Sesi diskusi ini dirancang untuk menjawab pertanyaan peserta dan membahas berbagai isu yang mungkin muncul selama proses pelatihan. Selama pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan aktif mengajukan pertanyaan seputar pengembangan blog dan pembuatan materi digital. Keterlibatan ini mencerminkan keinginan kuat mereka untuk memahami dan menerapkan keterampilan baru yang diperoleh.

Dokumentasi lengkap dari kegiatan tersebut, termasuk foto-foto, catatan diskusi, dan umpan balik peserta, tersedia sebagai referensi untuk menilai keberhasilan program serta untuk rencana pengembangan di masa depan.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing

Para peserta kegiatan ini perlu memahami prinsip-prinsip digital marketing, termasuk konsep digital marketing dan e-commerce. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada hari Senin, 9 September 2022, dari pukul 09.00 hingga 12.30, dengan dihadiri oleh 30 orang peserta. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan, terlihat dari perhatian mereka terhadap penjelasan yang diberikan. Setelah sesi pelatihan, para peserta melanjutkan diskusi dengan narasumber. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan digital marketing sangat bersemangat mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Kesimpulan

Pengaturan BUMDes berdasarkan UU Desa merupakan inisiatif strategis untuk mencapai kesuksesan dalam bidang ekonomi dan pembangunan dengan fokus pada masyarakat pedesaan. Luasnya wilayah Kabupaten Soppeng yang terdiri dari berbagai pulau menjadi tantangan dalam aksesibilitas ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang dapat mendorong pengembangan potensi ekonomi daerah untuk kesejahteraan, dan kebijakan ini harus dimulai dari tingkat desa. Saat ini, Kabupaten Soppeng telah mengembangkan 30 BUMDes di setiap desa. Potensi lokal seperti hasil kebun (kelapa, kakao, kopi), hasil perikanan (ikan terbang dan olahan lainnya), serta berbagai destinasi wisata belum sepenuhnya dimanfaatkan. Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan digital marketing bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha BUMDes Kabupaten Soppeng dalam pengembangan pemasaran. Pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dan memperluas publikasi melalui media sosial. Selain itu, kegiatan ini juga memotivasi peserta untuk mengembangkan ide-ide kreatif dalam menciptakan taktik pemasaran yang kompetitif di tingkat internasional serta meningkatkan nilai jual produk.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Affandi, A., Sarwani, A. S., Erlangga, H., Siagian, A. O., Purwanto, A., Effendy, A. A., & Juhaeri, G. (2020). Optimization of MSMEs empowerment in facing competition in the global market during the COVID-19 pandemic time. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(11), 1506-1515.
- Albab, B., dan AI Munandar. 2020. "Peran Pemuda Dalam Mengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Melalui Digital Marketing." Hal. 279-82 dalam *Mengelola Organisasi Pembelajaran di Industri 4.0*. Routledge.
- Aribowo, N. C., & Sari, K. A. (2023). Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Lancar Jaya Di Desa Mejing Sebagai Upaya Meningkatkan Kemandirian Desa. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 195-205. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.998>
- Asri, Amanah, Agnes Wirdayanti, Bambang Dwi Anggono, Dwi Rudi Hartoyo, Enny Indarti, Hasyim Gautama, Hermin Esti S, Kosmas Harefa, Maria Minisia, Monalisa Rumayar, Mustikorini Indrajatiningrum, Theresia Susanti, and Vitria Ariani. 2021. *Pedoman Desa Wisata. II*. Jakarta: Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- Cahyaningrum, N., & Tukiman, T. (2022). Strategi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Mengembangkan Wisata Taman Ghanjaran di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 1133-1141. <http://dx.doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.23288>
- Deny, J. 2021. "Menciptakan Ekosistem Wirausaha di Perguruan Tinggi: Studi Kasus." *Jurnal Transformasi Pendidikan Teknik* 34 (Edisi Khusus): 494-98. <https://doi.org/10.16920/jeet/2021/v34i0/157201>.
- Endrekson, R. (2022). Pelatihan Manajemen Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Babat Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 3(1), 19-23. <https://doi.org/10.55583/arsy.v3i1.2722>
- Firmansyah, Irman. 2018. "Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Sebagai Solusi Mewujudkan Desa Mandiri." *Jurnal Internasional Urusan Bisnis dan Ekonomi* 3(5). <https://doi.org/10.24088/ijbea-2018-35001>.
- Karim, A., Desi, N., Azis, M., & Daga, R. (2022). Kemandirian BUMDes Upaya Meningkatkan Pades di Desa Pallatikang Kabupaten Jeneponto. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 1-13. <https://doi.org/10.37531/celeb.v1i1.160>
- Kusumawanti, Nike, Anik Susanti, and Nyimas Nadya Izana. 2017. "Bumdes And Asean Economic Communities In Developing Rural Economy." Pp. 128-39 in *International Conference Asean Golden Anniversary*. Brawijaya University.

- Madjid, C. N. I. F., Firdaus, J., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Pengembangan Produk Unggulan Badan Usaha Milik Desa Berbasis E-Marketing. *Berdikari: Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, 10(2), 123-133. <https://doi.org/10.18196/berdikari.v10i2.13191>
- Nofrizal, Efrita Soviyanti, Zulia Khairani, Wakhid Slamet Ciptono, and Mamduh Mahmadah Hanafi. 2019. "Finding Most Effective Strategy for MSMEs Food Souvenir in Indonesia." *Academy of Strategic Management Journal* 18(2).
- Purwaningsatdatsih, Endang, Muslikh, dan Suhaeri. 2022. "Kepedulian Orientasi Inovasi dan Rantai Pasokan terhadap UU Cipta Kerja pada Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berorientasi Ekspor." *Manajemen Rantai Pasokan Tidak Pasti* 10(1):69–82. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.10.009>
- Purwanto, A. H. D., Nashar, M., Jumaryadi, Y., Wibowo, W., & Mekaniwati, A. (2022). Improving medium small micro enterprise' (MSME) performance. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 9(5), 37-46.
- Rahmi, A., Fitri, A. N., Hilmi, M., & Diyana, D. (2022). *Peran Kampus dalam Digitalisasi BUMDes*. Penerbit NEM.
- Sadat, A. (2018). Penguatan Kelembagaan Bum Desa Menjadi Kekuatan Baru Ekonomi Di Desa Di Desa Wajah Jaya Dan Desa Mulia Jaya Kabupaten Buton. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 2(2), 103-119. <https://doi.org/10.35326/pkm.v2i2.358>
- Sanjaya, P. K. A., Hartati, N. P. S., & Premayani, N. W. W. (2020). Pemberdayaan pengelola badan usahamilikdesa (BUMDes) berdikarimelaluiimplementasi digital marketing system. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 65-75. <https://doi.org/10.31960/caradde.v3i1.467>
- Sinarwati, Ni Kadek, Luh Gede Kusuma Dewi, Febry Sugiantara, Bhisma Putra Wasuka, and Sayu Anggi Safitri. 2022. "Model for Increasing Micro and Small Enterprises Performance through Optimizing the Role of BUMDes." *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 6(2):379. <https://doi.org/10.23887/jia.v6i2.40379>
- Suhartono, A., & Herdian, C. A. (2023). Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat dengan Menerapkan Sistem Informasi Publikasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Karya Mandiri Di Desa Sagalaherang Kidul Kecamatan Sagalaherang. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(1), 98-107. <https://doi.org/10.29407/ja.v7i1.18660>
- Suherman, Ansar, Herman Lawelai, Nurtang Nurtang, Nabila Salam, and Ahmad Muhardin Hadmar. 2022. "Pengembangan Kapasitas Mahasiswa Menuju Generasi Unggul Di Era 4.0." *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2):74–78. <https://doi.org/10.55824/jpm.v1i2.80>
- Syapsan. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan, Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan: Strategi Bauran Pemasaran Sebagai Variabel Mediasi." *Pembandingan* 26(4):1336–56. <https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2017-0280>

- Terttiaavini, T., Sofian, S., & Saputra, T. S. (2021). Pendampingan Penyusunan Program Rencana Kerja Badan Usaha Milik Desa Dalam Rangka Optimalisasi Potensi Desa Serijabo Ogan Ilir Sumatera Selatan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3536-3546. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i6.5608>
- Wijayanti, Reni, Nanda Ravenska, and Adhika Nugroho. 2022. "Inovasi Model Bisnis dengan Pendekatan Design Thinking di Bumdes Pagerwangi." dalam *Prosiding Ilmu Administrasi Konferensi Internasional Ketiga, ICAS 2021*, 15 September 2021, Bandung, Indonesia. EA.
- Winata, I. Tuhan Ketut Adi, Ni Made Wulan Sari Sanjaya, and I. Gusti Made Oka Astana. 2020.
- Harefa, H. Y. (2021). The Establishment of Optimized Management of The Economic Potential of Regional Communities Through BUMDes and UMKM. *International Journal of Regional Innovation*, 1(3), 16-22. <https://doi.org/10.52000/ijori.v1i3.20>
- Yanti, D. E. S., & Chasanah, I. N. (2022). Desa Wisata Sebagai Penguatan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Jombang Berkarakter dan Berdaya Saing. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1-5. <https://doi.org/10.38043/parta.v3i1.3594>