

Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Herman Alimuddin ^{1*}, Asriana Abdullah ², Firdha Razak ³

^{1,3} STKIP Andi Matappa, Indoensia

² Universitas Andi Djemma Palopo, Indonesia

* herman@stkip-andi-matappa.ac.id

Abstract

Digital Marketing telah mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, yang didorong oleh ketersediaan telepon seluler yang terjangkau. Namun, banyak pelaku bisnis, seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), sering kali kurang memahami konsep Digital Marketing. Sebagian besar BUMDes di Kabupaten Pangkep percaya bahwa Digital Marketing hanya berfungsi sebagai platform transaksi. Padahal, Digital Marketing memanfaatkan berbagai sumber daya internet untuk mempromosikan produk BUMDes. Sumber daya yang dimiliki BUMDes meliputi website pemasaran dan platform media sosial. Selain itu, media sosial digunakan bukan hanya oleh BUMDes itu sendiri, tetapi juga oleh karyawan BUMDes. Sebagai hasil dari peningkatan jangkauan promosi produk, penjualan produk BUMDes di Kabupaten Pangkep mengalami peningkatan.

Keywords: *BUMDes, Digital Marketing, Daya Saing, Pelatihan*

Pendahuluan

Ekonomi suatu wilayah berkembang melalui strategi pembangunan yang berfokus pada pemanfaatan sumber daya lokal, potensi manusia, dan kelembagaan (Sanjaya et al., 2020). Untuk meningkatkan daya saing pemasaran dan menambah nilai produk, pembangunan harus menghubungkan pengolahan masa depan dengan sektor primer (Syahza et al., 2021). Baik di Indonesia maupun dalam konteks Masyarakat Ekonomi ASEAN (AEC), ekonomi lokal menghadapi tantangan dalam memperluas peran ekonomi BUMDes untuk memutus siklus kemiskinan di daerah pertanian dan dalam melakukan reformasi kelembagaan untuk MEA. BUMDes berusaha memanfaatkan ide komersialisasi sambil tetap memegang prinsip kemanusiaan, keterbukaan, dan tanggung jawab.

Keterlibatan MEA di sektor pedesaan membawa peluang sekaligus risiko. Kebijakan pemerintah dari tahun 1950-an hingga 2000-an berfokus pada komersialisasi pedesaan, namun sering kali gagal karena tidak sesuai dengan karakteristik pedesaan. AEC menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan menghadapi ancaman karena pasar menyebar hingga ke daerah pedesaan (Kusumawanti et al., 2017; Yanti et al., 2022). BUMDes memiliki kesempatan untuk membangun modal kelembagaan dan sosial melalui kerja sama dengan pemerintah pusat, warga desa, akademisi, dan investor. Mereka perlu membangun kepercayaan antar pemangku kepentingan dengan menetapkan aturan yang menguntungkan komunitas lokal. Dengan kata lain, pasar yang digerakkan oleh gagasan MEA tidak langsung berhubungan dengan penduduk pedesaan, tetapi melalui institusi

seperti BUMDes yang membangun modal sosial yang kuat. Selain itu, kepemimpinan desa tidak selalu harus dianggap sebagai agen perubahan.

Perencanaan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dimulai dari tingkat akar rumput, sehingga pemerintah pusat mendorong pemerintah desa, sebagai tingkat pemerintahan paling bawah, untuk memiliki badan usaha guna mendukung pertumbuhan ekonomi (Firmansyah, 2018; Sakir et al., 2022). Meskipun BUMDes adalah perusahaan milik pemerintah desa, dukungan dari berbagai pemangku kepentingan sangat penting (Pradana et al., 2019). Kendala utama bagi BUMDes dalam berkembang secara internal adalah manajemen usaha dan kelembagaan yang kurang baik, sedangkan tantangan eksternal terbesar adalah persaingan dalam pemasaran produk (Aribowo et al., 2023). Salah satu solusi eksternal adalah memanfaatkan potensi sumber daya alam desa, sementara solusi internal melibatkan kerja sama dengan pihak lain. Untuk mengatasi tantangan ini dan membangun ekonomi masyarakat yang stabil dan sejahtera, pemerintah daerah dan masyarakat perlu berinovasi.

BUMDes telah mengembangkan sistem aplikasi untuk memenuhi tuntutan pertumbuhan pelaku usaha kecil melalui inovasi UMKM dan digital (Harefa, 2021). Badan usaha BUMDes tidak hanya menyediakan layanan kepada masyarakat setempat dengan menetapkan harga dan memberikan layanan sesuai standar pasar tetapi juga tidak mengganggu ekonomi pedesaan. Dengan mengelola BUMDes, desa dapat meningkatkan ekonomi masyarakat (Sanjaya et al., 2021). Namun, terdapat beberapa hambatan yang harus diatasi, termasuk pengelolaan unit usaha, masalah komunikasi, kekurangan sumber daya manusia, pemanfaatan sumber daya lokal yang potensial namun belum optimal, dan kurangnya partisipasi masyarakat.

BUMDes, sebagai usaha lokal, perlu meningkatkan daya saingnya (Hardika et al., 2021). Keunggulan bersaing dapat diperoleh dengan mengintegrasikan perspektif kewirausahaan dalam seluruh bauran pemasaran, yang memberikan keunggulan kompetitif (Albab et al., 2020; Affandi et al., 2020). Menurut laporan Badan Pusat Statistik 2018, generasi muda memainkan peran penting dalam pertumbuhan nasional, dengan kewirausahaan menjadi bagian vital dari peran mereka, terutama dalam mendorong pembentukan BUMDes di daerah pedesaan (Deny, 2021). Potensi yang ada meliputi hasil perikanan seperti ikan terbang dan berbagai makanan, hasil perkebunan seperti kelapa, kakao, dan kopi, serta destinasi wisata seperti Bukit Rongi di Desa Sandang Pangan, Pantai Jodoh, dan Pemandian Kabura-burana di Desa Lawela. Untuk meningkatkan daya saing BUMDes Kabupaten Pangkep dalam pengembangan pemasaran, pelatihan Digital Marketing dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 2023.

Desa menghadapi tantangan dalam mengembangkan potensinya, khususnya dalam pemasaran dan elemen pendukung lainnya. Ekosistem berbasis digitalisasi membantu pertumbuhan desa dengan menyediakan akses yang mudah dan terstruktur, terutama dalam Digital Marketing. Berbagai sarana, prasarana, regulasi, dan elemen lainnya dapat dibangun dengan bantuan berbagai pihak untuk memasarkan, memperkenalkan, dan mempengaruhi masyarakat.

Metode

Sebanyak 57 pengurus BUMDes di Kabupaten Pangkep mengikuti program pengabdian masyarakat yang diadakan secara langsung di Aula SMK Alsafitri. Selama pelatihan, peserta memiliki kesempatan untuk bertanya mengenai strategi Digital Marketing di Era Industri 4.0 melalui forum diskusi interaktif dengan pengurus BUMDes. Program ini ditujukan untuk masyarakat dan diselenggarakan bekerja sama dengan Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbangda) Kabupaten Pangkep.

Dalam rangka pengabdian kepada masyarakat, tim pelaksana telah mempersiapkan materi diskusi dan peralatan yang diperlukan. Selain belajar tentang Digital Marketing, pengurus BUMDes juga mendapatkan pelatihan kewirausahaan, yang diharapkan dapat mendorong semangat dan sikap kewirausahaan mereka (Abdillah et al., 2023). Memahami manfaat pemasaran online dan teknologi informasi menjadi penting bagi pengurus BUMDes untuk meningkatkan pemahaman dan penggunaan platform online. Platform yang dimaksud termasuk pasar online seperti Shopee dan Tokopedia serta media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Berdasarkan struktur kerjasama pentahelix dan peran masing-masing pihak dalam pengembangan BUMDes di Kabupaten Pangkep, penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah yang perlu diambil.

Tabel 1. Kerjasama Pentahelix untuk Pengembangan BUMDes

Unsur	Peran	Ruang Lingkup Kerja	Unit Kerja
Pendampingan	Fasilitator dan Pelatih	Pendampingan Kelembagaan, Pengembangan Produk Usaha dan Penguatan Tata Kelola.	Investasi Daerah Pangkep Melayani Dinas Koperasi dan UKM Kampus
Akademik	Penelitian dan Pengembangan	Penguatan Kompetensi, Pendampingan Penyusunan Rencana Bisnis dan Standardisasi Produk Usaha.	STKIP Andi Matappa
Dunia Usaha/ Industri	Investor dan Mitra Wirausaha	Pemberdayaan Kelompok Usaha, Penguatan Kompetensi Wirausaha Desa, dan Mitra Usaha Desa.	Toko, Minimarket dan Pasar
Komunitas Kreatif Media	Akselerator Digital Marketing	Bantuan Kelembagaan dan Kewirausahaan. Promosi Produk melalui saluran media dan media sosial.	Komunitas Pemuda atau Kreatif Pangkep Media Lokal

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Pangkep berjalan dengan sukses dan memberikan hasil yang signifikan. Evaluasi hasil kegiatan akan mencakup dua aspek utama yaitu penilaian kondisi BUMDes dan pelaksanaan pelatihan Digital Marketing. Rincian evaluasi akan dijelaskan sebagai berikut:

Pemeriksaan kondisi BUMDes di Kabupaten Pangkep

Sebelum pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, analisis situasi mengidentifikasi bahwa masalah utama yang dihadapi adalah kekurangan tenaga kerja untuk pengelolaan aplikasi dan produksi barang. Akibatnya, para pelaku bisnis kurang memprioritaskan pengembangan teknologi. BUMDes di Kabupaten Pangkep yang belum menerapkan metode penjualan digital mengalami kendala serupa, dengan kurangnya perhatian terhadap pengembangan teknologi pemasaran. Meskipun beberapa BUMDes telah mulai menggunakan ICT, seperti media sosial, mereka belum sepenuhnya siap untuk memanfaatkan teknologi ini dalam mendukung bisnis mereka. Selain itu, pemilik usaha menghadapi masalah dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas dan kapasitas produksi yang rendah.

BUMDes perlu menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperkuat organisasi dan aspek ekonomi mereka. Kemampuan untuk berkolaborasi merupakan aspek penting dalam pengembangan BUMDes. Berdasarkan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015, pembentukan, pengelolaan, dan pembubaran BUMDes diatur sebagai bagian dari ekonomi dan pelayanan publik. Sejak 2020, istilah BUMDes telah diubah menjadi Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDes Bersama), dan pada 2021, menjadi Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa. Namun, di Kabupaten Pangkep, sebagian besar desa masih memiliki BUMDes masing-masing dan belum melakukan kerja sama dengan desa lain.

Selain itu, BUMDes juga dapat menjalin kerjasama dengan pihak luar desa, seperti lembaga bisnis, komunitas kreatif, media, dan akademisi. Fokus pengabdian ini adalah pada konsep kolaborasi, yang melibatkan bagaimana pihak-pihak luar dapat bekerja sama dengan BUMDes. Ide ini berlandaskan pada pengembangan kota kreatif dalam Renstra Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020–2024, yang menerapkan model kolaborasi pentahelix. Model ini menekankan pada kerja sama kolektif antara lima elemen penting: industri, akademisi, media, komunitas, dan pemerintah sebagai penggerak (Erni et al., 2023).

Penyelenggaraan Pelatihan Digital Marketing BUMDes

Peserta perlu memiliki keterampilan untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan produk teknologi informasi. Program ini dirancang untuk mengajarkan mereka cara menggunakan produk teknologi informasi, membuat blog, dan memproduksi konten digital. Dalam kursus ini, peserta akan mempelajari cara memanfaatkan dan mengoptimalkan produk TI, teknik blogging, dan teknik produksi konten digital. Pelatihan dilakukan dengan metode ekspositori (ceramah), dan peserta diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan jika diperlukan. Selama sesi pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan antusiasme dan minat yang tinggi, serta aktif bertanya mengenai langkah-langkah untuk membuat blog dan materi digital. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing oleh tim khusus

Peserta pelatihan diharapkan memahami konsep Digital Marketing dan e-commerce secara mendalam. Sebanyak 57 orang menghadiri kegiatan ini pada hari Senin, 7 Juni 2021, dari pukul 09.00 hingga 12.30. Antusiasme peserta terlihat dari perhatian mereka selama sesi, dan setelah pelatihan, mereka berdiskusi tentang topik yang dibahas. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta sangat tertarik untuk terlibat dalam aktivitas sosial. Model inovasi yang dikembangkan bertujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM dengan memaksimalkan fungsi BUMDes, dan strategi ini menetapkan tujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM dalam tiga tahun ke depan.

UMKM perlu direvitalisasi dan dikolaborasikan untuk mencapai tujuan tersebut (Sinarwati et al., 2021). Persaingan bisnis yang ketat seringkali menghambat pertumbuhan bisnis oleh-oleh makanan di Indonesia, yang disebabkan oleh faktor-faktor seperti inovasi produk, sumber daya keuangan, kemampuan kewirausahaan, keterlibatan pemerintah, dan lainnya (Purwaningsih et al., 2022). Status industri makanan oleh-oleh di Indonesia serupa dengan provinsi lain, dengan berbagai usaha menghadapi tantangan pada inovasi produk, strategi pemasaran, kewirausahaan, dan daya saing, yang mengakibatkan stagnasi dalam perkembangan industri tersebut. Oleh karena itu, perencanaan yang efektif dan strategi yang tepat sangat penting untuk mengembangkan perusahaan souvenir makanan dan memperbaiki situasi di masa depan.

Penerapan sistem bisnis yang efektif sangat penting bagi UMKM untuk menjalankan prosedur bisnis dengan sukses dan efisien. Namun, modul sistem bisnis harus disesuaikan dengan ukuran organisasi, tahap inovasi, dan sektor industri yang bersangkutan (Purwanto et al., 2022). Bisnis kuliner skala kecil memerlukan modul yang mencakup desain dan pengembangan produk, penjualan dan pemasaran, pengadaan dan produksi, manajemen SDM, serta keuangan dan akuntansi, sedangkan modul manajemen ritel/toko juga diperlukan. Dalam beberapa tahun terakhir, kebangkitan bisnis UMKM sering dikaitkan dengan inovasi teknologi dan kewirausahaan, yang didukung oleh bimbingan, infrastruktur, dan pendanaan dari pemerintah (Sadat, 2018). Kerangka kerja yang disarankan bertujuan untuk mengatasi kesulitan dan peluang yang ada baik di tingkat nasional maupun global melalui investigasi desain, program orientasi, dan pelatihan untuk meningkatkan sumber daya manusia dalam manajemen UMKM (Palennari et al., 2023).

Selama pandemi COVID-19, rantai pasok UMKM mengalami kesulitan dalam memasuki pasar. Untuk menciptakan rantai pasok yang seimbang, UMKM perlu memenuhi seluruh permintaan distribusi produk dan mempersiapkan diri untuk orientasi ekspor dengan mendorong edukasi serta menetapkan peraturan yang mendukung legalitas dan tata kelola ekspor mereka (Suherman et al., 2022). Pada saat krisis, pemerintah diharapkan dapat mengoptimalkan pemberdayaan UMKM dengan berbagai alternatif untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha melalui kemudahan permodalan, ketersediaan bahan baku, restrukturisasi kredit, infrastruktur teknologi komputer, dan pelatihan kepada pelaku UMKM (Syapsan, 2019). Meskipun demikian, inovasi belum memberikan dampak signifikan terhadap kinerja bisnis dalam hal manajemen operasional, kepemimpinan, dan pencatatan keuangan.

Strategi bauran pemasaran, kualitas layanan, dan inovasi memainkan peran penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan perekonomian lokal yang berkelanjutan (Sutrisno et al., 2023). Kualitas layanan yang baik mempengaruhi taktik bauran pemasaran, di mana mencocokkan kualitas layanan dengan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, peningkatan kualitas layanan berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Selain itu, kualitas pelayanan juga berdampak langsung pada pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan, karena peningkatan kualitas layanan sesuai dengan keinginan konsumen dapat mendorong pembangunan ekonomi dan keunggulan kompetitif melalui strategi bauran pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang komprehensif dapat memperbaiki rencana pembangunan ekonomi berkelanjutan dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Kesimpulan

Semangat baru dalam pembentukan BUMDes melalui UU Desa mencerminkan upaya terfokus untuk memajukan ekonomi dan pembangunan dengan penekanan pada masyarakat pedesaan. Mengingat kondisi geografis Kabupaten Pangkep yang terdiri dari berbagai pulau, tantangan dalam akses masyarakat ke perekonomian menjadi lebih kompleks dan memerlukan perhatian khusus. Untuk mencapai kesejahteraan yang merata, sangat penting untuk merumuskan kebijakan yang tidak hanya mendukung tetapi juga mendorong pengembangan potensi ekonomi daerah, dengan kebijakan tersebut dimulai dari tingkat desa untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya. Saat ini, setiap desa di Kabupaten Pangkep memiliki 60 BUMDes, yang menunjukkan adanya inisiatif besar dalam membangun ekonomi lokal. Program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan berhasil meningkatkan keterampilan peserta pelatihan secara signifikan, sekaligus menghasilkan publikasi di media sosial yang memperluas jangkauan informasi. Inisiatif ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga mendorong peserta untuk mengembangkan ide-ide inovatif yang berpotensi untuk memperbaiki dan meningkatkan kesejahteraan UMKM, serta membawa dampak positif bagi perkembangan ekonomi desa secara keseluruhan.

Acknowledgment

References

- Abdillah, C., & Rahayu, P. Y. R. (2023). Media Pembelajaran Inovatif Berbasis Edutainment Untuk Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan Bagi Guru Sekolah Dasar. *Jurnal IPMAS*, 3(2), 88–96. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.2.2023.305>
- Affandi, Azhar, Sarwani, Akhmad Sobarna, Heri Erlangga, Ade Onny Siagian, Agus Purwanto, Aidil Amin Effendy, Denok Sunarsi, Widhi Wicaksono, Suyatin, Eti Ariyanti, Wahyitno, Cornelia Dumarya Manik, Juhaeri, and Gunartin. 2020. "Optimization of MSMEs Empowerment in Facing Competition in the Global Market during the COVID-19 Pandemic Time." *Systematic Reviews in Pharmacy* 11(11):1506–15. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.11.213>.
- Albab, B., and A. I. Munandar. 2020. "The Role of Youth in Managing Village-Owned Enterprises (BUMDES) through Digital Marketing." Pp. 279–82 in *Managing Learning Organization in Industry 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>
- Deny, J. 2021. "Creating Entrepreneurial Ecosystem in Higher Education Institutes: A Case Study." *Journal of Engineering Education Transformations* 34(Special Issue):494–98. <https://doi.org/10.16920/jeet/2021/v34i0/157201>.
- Erni, E., Supriadi, S., Usman, U., & Rusti, R. (2023). Training on the Use of the Independent Teaching Platform for Elementary School Teachers. *Jurnal IPMAS*, 3(2), 97–103. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.2.2023.299>
- Firmansyah, I. (2018). Development of village owned enterprises (Bumdes) as a solution to achieve Mandiri Village. *International Journal of Business and Economic Affairs*, 3(5). <http://doi.org/10.24088/ijbea-2018-35001>.
- Hardika, A. L., & Putra, I. G. S. (2021). Optimalisasi Manajemen Strategi BUMDes Untuk Mewujudkan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan Desa Langonsari. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(2), 257-270. <https://doi.org/10.51211/joia.v5i2.1442>
- 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>.
- Kusumawanti, N., Susanti, A., & Izana, N. N. (2017). Bumdes And Asean Economic Communities In Developing Rural Economy. In *International Conference of ASEAN Golden Anniversary 2017* (pp. 128-139). Brawijaya University.
- Palennari, M., Rachmawaty, R., Saparuddin, S., Saleh, A. R., & Jamaluddin, A. B. (2023). Pelatihan Pembelajaran Inovatif Abad 21 Bagi Guru SMP Negeri 2 Galesong Utara. *Jurnal IPMAS*, 3(2), 66–74. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.2.2023.272>

- Pradana, H. A., & Fitriyanti, S. (2019). Pemberdayaan dan percepatan perkembangan badan usaha milik desa (bumdes) dalam peningkatan ekonomi masyarakat dan peningkatan pendapatan asli desa. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 14(2), 133-146.
- Purwaningsih, E., Muslikh, M., & Suhaeri, S. (2022). Innovation and supply chain orientation concerns toward job creation law in micro, small, and medium enterprises export-oriented products. *Uncertain Supply Chain Management*, 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. <https://doi.org/10.21833/IJAAS.2022.05.005>.
- 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 Pada Masyarakat Membangun Negeri*, 2(2), 103-119. <https://doi.org/10.35326/pkm.v2i2.358>
- Sakir, S., Walinegoro, B. G., & Wahyuni, H. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Desa Sendangarum DIY dalam Mempersiapkan Pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *Jurnal Surya Masyarakat*, 4(2), 175-185. <https://doi.org/10.26714/jsm.4.2.2022.175-185>
- Sanjaya, P. K. A., Hartati, N. P. S., & Premayani, N. W. W. (2020). Pemberdayaan pengelola badan usaha milik desa (BUMDes) berdikari melalui implementasi digital marketing system. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 65-75. <https://doi.org/10.31960/caradde.v3i1.467>
- Sanjaya, P. K. A., Widnyana, I. N. S., Kusumawati, N. P. A., Setiawan, I. W. A., Maharani, P. A. D. G., & Laksana, I. N. T. S. D. (2021). Pemberdayaan Manajemen Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Amertha Dana Kesiut Melalui Implementasi Digital Marketing Di Era Pandemi Covid 19. *Media Bina Ilmiah*, 16(6), 6941-6948. <https://doi.org/10.33758/mbi.v16i6.1452>
- Sinarwati, N. K., Dewi, L. G. K., Sugiantara, F., Wasuka, B. P., & Safitri, S. A. (2021). Model for Increasing Micro and Small Enterprises Performance through Optimizing the Role of BUMDes. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 6(2), 379-393. <https://doi.org/10.23887/jia.v6i2.40379>.
- Suherman, A., Lawelai, H., Nurtang, N., Salam, N., & Hadmar, A. M. (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>.
- Sutrisno, A. B., & Syukur, S. W. (2023). Pengembangan Desa Bantimutung Sebagai Desa Wisata Kreatif melalui Promosi Potensi Berbasis Media Sosial. *Jurnal IPMAS*, 3(2), 75-87. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.2.2023.303>
- Syahza, A., Savitri, E., Asmit, B., & Meiwanda, G. (2021). Small-scale agricultural product marketing innovation through BUMDes and MSMEs empow-erment in coastal areas. *Management Science Letters*, 11(8), 2291-2300. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.3.015>.

- Syapsan. 2019. "The Effect of Service Quality, Innovation towards Competitive Advantages and Sustainable Economic Growth: Marketing Mix Strategy as Mediating Variable." *Benchmarking* 26(4):1336–56.
<https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2017-0280>.
- 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>