



**PENGENALAN DIGITAL MARKETING UNTUK Mendukung KEMAJUAN
UNIT USAHA BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) SIDO LANGGENG
DESA SIDEREJO KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA**

Made Ayu Lestariani^{1*}, Endah Lestari², Nandha Narendra Muvano³, Ivan Armawan⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulia Balikpapan

*Email : madeayu@universitasmulia.ac.id

ABSTRAK

Berkembangnya era digital saat ini mendorong para pelaku usaha untuk beradaptasi dengan teknologi dalam berbagai kegiatan usaha, salah satunya dalam aktivitas pemasaran. Digitalisasi dalam pemasaran seharusnya dapat dimanfaatkan oleh BUMDes agar produk yang dikelola melalui unit usahanya desa semakin dikenal dan laris di pasaran. Masih terbatasnya pengetahuan tentang pemasaran digital (digital marketing) mendorong tim Pengabdian Masyarakat dari Universitas Mulia untuk memperkenalkan gambaran umum mengenai aktivitas dalam pemasaran digital. Adapun tujuan kegiatan pengabdian ini adalah mendukung para pelaku unit usaha desa untuk memajukan dan meningkatkan penjualan produknya melalui pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan tema pengenalan digital marketing kepada BUMDes ini dilakukan dengan cara presentasi dan pemberian materi oleh fasilitator, diskusi serta pendampingan pelatihan bersama para pengelola BUMDes dan pelaku unit usaha desa Siderejo Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU). Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, para pengelola BUMDes beserta unit usaha desa diberikan materi tentang bagaimana pemanfaatan dan peran digital marketing dalam mengembangkan sebuah usaha, termasuk juga pemanfaatan media sosial dan website sebagai sarana informasi, komunikasi, hingga berdagang secara online (e-commerce). Dilihat dari pelatihan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa para peserta secara keseluruhan mampu memahami dan mulai mempraktekkan kegiatan pemasaran secara digital melalui penggunaan akun media sosial serta website untuk menginformasikan dan mempromosikan setiap produk yang dimiliki unit usaha BUMDes. Dengan demikian, melalui kegiatan yang telah dilakukan maka diharapkan akan mampu meningkatkan kinerja BUMDes serta mencapai kesejahteraan masyarakat setempat.

Kata Kunci: Digital Marketing; BUMDes; Media Sosial; Website

ABSTRACT

The emerging digital age today encourages entrepreneurs to adapt to technology in various business activities, one of which is in marketing activities. Digitalization in marketing should be exploited by BUMDes so that the products managed through the business units of the village are becoming more known and marketed in the market. The still limited knowledge of digital marketing prompted the Public Service team from the University of Utah to introduce a general overview of the activities in digital marketing. As for the purpose of this dedication is to support the actors of the village business units to advance and increase the sales of their products through digital marketing. Public service activities with the theme of digital marketing introduction to BUMDes are carried out in the form of presentation and delivery of material by facilitator, discussion as well as supporting training together with the managers of BUMDES and the perpetrators of the business unit of the village Siderejo district of Penajam Paser North (PPU). In dedication to the community,

BUMDes managers and the village enterprise units were given material on how the use and role of digital marketing in developing a business, including the use of social media and websites as a means of information, communication, to trade online (e-commerce). Seeing from the training, it can be concluded that the participants as a whole are able to understand and start practicing digital marketing activities through the use of social media accounts and websites to inform and promote each product owned by the BUMDes business unit. Thus, through the activities that have been carried out, it is expected to be able to improve the performance of BUMDes and the well-being of the local community.

Keywords: Digital Marketing; BUMDes; Social Media; Website

PENDAHULUAN

Dalam sistem pemerintahan NKRI, kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur serta mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat dan adat istiadat setempat disebut sebagai desa. Dalam upaya meningkatkan pendapatan desa termasuk masyarakat desa, maka Pemerintah Desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa dengan mempertimbangkan kebutuhan dan potensi yang dimiliki Desa. Dengan demikian, pembentukan Badan Usaha Milik Desa dilakukan berdasarkan pedoman pada peraturan perundang-undangan (Ibrahim dkk., 2021). Badan Usaha Milik Desa atau yang dikenal juga dengan BUMDes merupakan usaha berbadan hukum yang dikelola oleh pemerintah desa.

Dalam Undang-Undang Nomor 6 tahun 2014 yang mengatur tentang Penyelenggaraan Pemerintahan Desa, disebutkan bahwa BUMDes sebagai badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Desa yang

berasal dari kekayaan Desa melalui penyertaan secara langsung. Modal yang diperoleh BUMDes dapat berasal dari Pemerintah Desa, tabungan masyarakat, penyertaan modal pihak lain atau kerja sama bagi hasil atas dasar saling menguntungkan, hingga bantuan dari Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota. Dengan demikian, alokasi dana Desa dapat digunakan untuk mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya demi kesejahteraan masyarakat Desa (<https://desa-sukadana.kuningankab.go.id/>). Seperti yang disebutkan UU No. 32 tahun 2004 juncto UU No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah pada Pasal 213 ayat (1) bahwa “Desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa”, maka keberadaan BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo diharapkan mampu mendorong dinamisasi serta menggerakkan perekonomian masyarakat desa.

BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo didirikan dengan landasan UU No. 32 tahun 2004 juncto UU No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, UU No. 6

tahun 2014 tentang Desa serta PP No. 72 tahun 2005 tentang Desa. Guna mendukung pilar kegiatan ekonomi desa, BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo memiliki peran sebagai lembaga sosial yang berkontribusi dalam penyediaan pelayanan sosial, dan sebagai lembaga komersial yang menawarkan sumber daya lokal ke pasar guna memperoleh keuntungan. Undang-Undang No. 4 Tahun 2015 juga menegaskan bahwa BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo berkewajiban melaksanakan dan mengembangkan BUMDes agar menjadi lembaga yang tidak hanya melayani kebutuhan ekonomi dan pelayanan umum masyarakat desa, tetapi juga mampu meningkatkan pendapatan desa melalui pemanfaatan potensi usaha ekonomi desa dan kerjasama dengan lembaga-lembaga perekonomian desa lainnya. Pengembangan yang dapat dilakukan misalnya dengan cara menambah jenis usaha diluar usaha yang dilakukan saat ini, terutama yang bertujuan untuk menyebarluaskan hasil produk usaha mikro masyarakat desa kepada pasar lebih luas.

BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo yang terletak di Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU), Kalimantan Timur, meskipun memiliki banyak potensi sumber daya yang dapat dioptimalisasi lebih baik, namun terdapat beberapa permasalahan akibat belum dikelola maksimal secara profesional.

Masih kurangnya pemahaman pengelola BUMDes serta masyarakat setempat mengenai fungsi keberadaan BUMDes itu sendiri; lemahnya pengetahuan akan teknologi; dan kurangnya dukungan infrastruktur seperti akses jalan dan penerangan, menjadi beberapa permasalahan yang dihadapi BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo Sido Langgeng PPU. Hal tersebut serupa dengan temuan Aris, dkk (2021) bahwa terbatasnya pemahaman dan pengetahuan pengelola BUMDes serta masyarakat setempat tentang bisnis terutama berkaitan dengan kesulitan dalam menentukan kegiatan BUMDes yang sesuai dengan potensi sumber daya yang dimiliki desa. Oleh sebab itu, pengembangan potensi yang dimiliki desa perlu didukung dengan strategi yang mampu mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memasarkan segala potensi yang dimiliki desa, khususnya untuk meningkatkan kinerja BUMDes termasuk kesejahteraan masyarakat setempat. Hasil observasi di lapangan menunjukkan para pengelola BUMDes masih kurang optimal dalam melakukan memasarkan produk UMKM desa yang disebabkan kurangnya pemahaman tentang aktivitas pemasaran yang efektif.

Seiring berkembangnya teknologi era digital saat ini, kegiatan pemasaran tidak hanya dilakukan secara

konvensional tetapi juga banyak memanfaatkan media digital online atau lebih dikenal sebagai pemasaran digital (digital marketing). Digital marketing merupakan tindakan mempromosikan barang atau jasa yang menggunakan sarana internet dan teknologi digital melalui infrastruktur online yang melibatkan komputer, telepon seluler, media, serta platform digital lainnya (Sulianta, 2023:2). Strategi digital marketing dianggap lebih menjanjikan saat ini karena dapat memungkinkan para calon pelanggan mendapatkan berbagai informasi produk dan bertransaksi secara online melalui jaringan internet (Pramiana dan Gilang, 2022). Selain mendirikan unit usaha berbasis potensi dan ketersediaan akses keuangan desa, pengembangan BUMDes juga membutuhkan digitalisasi, seperti contohnya BUMDes yang mengembangkan platform market place (BUMDes Online) guna memfasilitasi masyarakat desa dalam mengakses pasar (Sanjaya, dkk., 2020). Arifin, dkk (2022) menjelaskan bahwa edukasi digital marketing yang dilakukan terhadap Desa Wisata Sumber Biru sebagai salah satu unit usaha BUMDes Benowo di Jawa Timur mampu meningkatkan pengetahuan para pengelola BUMDes terkait urgensi pemasaran digital sehingga diharapkan unit usaha BUMDes Benowo tersebut menjadi semakin terkenal dan ramai pengunjung. Masih serupa dengan

yang dikemukakan oleh Herman, dkk (2023) mengenai adanya peningkatan pemahaman dan kompetensi yang signifikan dalam strategi pemasaran digital pada anggota BUMDes Karya Bersama di Desa Lombok yang dapat mengoptimalkan kinerja BUMDes secara keseluruhan guna menghadapi persaingan usaha. Begitu pula sosialisasi digital marketing untuk pemasaran produk UMKM di Desa Kurungdahu, Pandeglang yang dilakukan oleh Akbari (2023) telah mampu meningkatkan wawasan pelaku UMKM mengenai digital marketing. Para pelaku UMKM tersebut juga telah mampu menggunakan e-commerce untuk membantu proses memasarkan produknya ke target pasar yang lebih luas.

Oleh sebab itu, sebagai bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat maka dilaksanakan sosialisasi dan pelatihan bagi pengurus BUMDes Sido Langgeng, masyarakat serta aparatur Desa Sidorejo dengan tema “Pengenalan Digital Marketing untuk Mendukung Kemajuan Unit Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sido Langgeng Desa Sidorejo Kabupaten Penajam Paser Utara”. Pengabdian ini salah satunya dilakukan dengan memberikan edukasi mengenai konsep dasar dari digital marketing. Digital marketing merupakan tindakan mempromosikan barang atau jasa yang menggunakan sarana internet dan teknologi digital melalui infrastruktur online yang melibatkan komputer, telepon

seluler, media, serta platform digital lainnya (Sulianta, 2023:2). Cakupan aktivitas yang tergolong digital marketing sangat luas, seperti optimisasi mesin pencari seperti Google, e-mail marketing, social media marketing, content marketing, dan pemasaran melalui website.

Pemasaran digital menjadi penting untuk dipahami dengan melihat fakta bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023 yang mengalami pertumbuhan 2,67% dibandingkan periode sebelumnya (hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dalam <https://diskominfo.tubankab.go.id/>).

Selain itu, konsep digital marketing perlu dipahami dan diterapkan oleh pemasar atau pelaku usaha agar terhubung melalui internet dalam upaya memasarkan produk yang dimiliki. Dengan dilakukannya aktivitas digital marketing, maka akan meningkatkan pengunjung (traffic) properti online seperti akun media sosial, membuat calon pembeli terhubung dan kemudian membeli produk (conversion), hingga akhirnya membangun hubungan dengan pembeli tersebut (engagement) secara lebih personal (Mulyono, 2018:14). Dengan demikian, tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan dan meningkatkan pengetahuan dalam pemasaran digital

yang dapat digunakan untuk memasarkan produk dari unit usaha BUMDes ke pasar lebih luas maupun meningkatkan daya saing BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo di tengah persaingan bisnis yang semakin kompleks.

Adapun pengenalan digital marketing pada kegiatan pengabdian ini berfokus pada 3 (tiga) topik utama, yaitu pertama pada konsep dasar tentang pengertian digital marketing. Selanjutnya, pengenalan tentang pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran untuk target pembeli yang cakupannya luas. Secara singkat, social media marketing merupakan berbagai bentuk aktivitas pemasaran, baik langsung maupun tidak langsung, yang dilakukan untuk membangun kesadaran, pengenalan, ingatan, dan tindakan terhadap suatu merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lain, dengan menggunakan alat Web sosial, seperti blog, mikroblog, jejaring sosial, bookmark sosial, dan berbagi konten (Gunelius, 2011:10). Media sosial di era digital memang telah menjadi bagian penting dari strategi penjualan, layanan, komunikasi, dan pemasaran yang lebih luas (Solis, 2010:9). Serta topik terakhir, yaitu pemanfaatan website sebagai media komunikasi online yang dapat digunakan sebuah usaha, terutama dengan berkembangnya tren berjualan secara online (e-commerce) di era saat ini (Aryanto dan Wismantoro, 2020:99).

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara tatap muka di kantor BUMDes dan diikuti oleh pengurus BUMDes Sido Langgeng, masyarakat serta aparatur Desa Sidorejo. Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan meliputi yang pertama yaitu Focus Group Discussion (FGD). Kegiatan FGD dilakukan dengan cara berdiskusi bersama pengelola unit usaha dan pengurus BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo guna mengetahui masalah yang sedang dihadapi serta solusi sebagai harapan yang diinginkan oleh pengelola BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo di masa mendatang.

Setelah diketahui permasalahan dan solusi yang diharapkan, maka metode kedua adalah pelatihan kepada pengurus BUMDes Sido Langgeng, masyarakat serta aparatur Desa Sidorejo. Pelatihan dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi materi dasar digital marketing yang relevan dengan peningkatan kinerja BUMDes melalui presentasi dan diskusi interaktif. Topik utama digital marketing dalam pelatihan tersebut diantaranya meliputi strategi dasar dalam pemasaran. Contohnya adalah menentukan segmen, target, dan posisi pasar (STP), bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi), serta pengenalan media online sebagai sarana aktivitas pemasaran

digital seperti website yang dapat digunakan unit usaha untuk menjual produknya dan media sosial (Instagram) yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi terkait produk unit usaha BUMDes Sido Langgeng.

Setelah pelaksanaan pelatihan selesai, maka tahapan akhir yang ketiga adalah evaluasi. Tahap ini dilakukan guna mengetahui keberhasilan dari kegiatan pelatihan yang telah dilakukan. Selain itu, evaluasi juga bertujuan untuk melihat hasil dari kegiatan terhadap pemahaman dan peningkatan pengetahuan serta keterampilan para peserta pelatihan. Dengan demikian, tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi berkelanjutan melalui pengawasan yang dilaksanakan selama beberapa bulan setelah pelatihan selesai. Salah satu aspek yang dievaluasi adalah perkembangan kinerja BUMDes khususnya dalam hal peningkatan pendapatan dari penjualan produk milik unit usaha bisnis BUMDes.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dan pelatihan diberikan dengan tujuan agar para peserta mampu memahami dan menerapkan digital marketing dalam perkembangan unit usaha BUMDes. Secara garis besar, sosialisasi dan pelatihan bertema digital marketing ini terbagi menjadi tiga topik utama:

1. Sosialisasi Peran Digital Marketing bagi Unit Usaha BUMDes

Pada sesi ini, peserta diperkenalkan dengan gambaran umum digital marketing. Topik yang dibahas meliputi peran dan keuntungan dari digital marketing bagi sebuah usaha, beberapa bentuk digital marketing yang paling banyak dimanfaatkan oleh pengusaha, serta beberapa tahapan penting yang perlu dipersiapkan sebelum memulai digital marketing. Selain itu, dibahas juga mengenai langkah awal dalam setiap aktivitas pemasaran, yaitu menentukan STP dan bauran pemasaran. Sesi ini berlangsung dengan diskusi dan tanya jawab antara fasilitator dengan peserta pelatihan.

2. Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk Unit Usaha BUMDes
Kegiatan selanjutnya adalah pembahasan dan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi digital marketing yaitu media sosial, yaitu Instagram. Pemilihan media sosial Instagram didasarkan pada data yang menunjukkan bahwa platform tersebut menduduki peringkat ke-dua setelah platform Whatsapp (<https://wearesocial.com>). Sesi ini diawali dengan edukasi materi singkat tentang media sosial, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan akun media sosial Instagram bagi pelaku usaha yang belum memiliki akun media sosial. Fasilitator juga turut membantu optimalisasi akun media sosial untuk meningkatkan performa dan kinerja para pengelola BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo.

3. Pemanfaatan Website dalam Pemasaran Produk Unit Usaha BUMDes

Berkaitan dengan pembahasan dan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi digital marketing yaitu, maka selain diperlukannya media sosial, sebuah usaha juga memerlukan website sebagai sarana komunikasi dengan pengguna maupun calon pengguna. Website menjadi penting sebab dapat dimanfaatkan sebagai media promosi program pemasaran hingga transaksi. Sesi ini diawali dengan edukasi materi singkat pengembangan dan desain website, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan website bagi pelaku usaha yang belum memiliki website. Fasilitator juga turut membantu optimalisasi website yang ada dengan beberapa tahapan evaluasi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan performa dan kinerja para pengelola BUMDes.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Setelah seluruh rangkaian sosialisasi dan pelatihan selesai, maka tahapan terakhir adalah evaluasi untuk mengetahui keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Evaluasi juga bertujuan untuk melihat hasil dari kegiatan terhadap pemahaman, peningkatan pengetahuan serta keterampilan para peserta kegiatan. Salah satu aspek yang dievaluasi adalah para peserta telah memiliki akun media sosial yang aktif atau kurang aktif termasuk website yang dikelola BUMDes. Hal tersebut khususnya dilihat dari konten yang dibagikan serta interaksi antara pemilik akun media sosial dan website dengan para pengguna atau masyarakat luas.

Hasil evaluasi kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa para peserta, khususnya para pengelola BUMDes Sido Langgeng Desa Sidorejo telah mampu meningkatkan wawasan mengenai digital marketing untuk mempromosikan dan meningkatkan kinerja dari unit usahanya. Dengan demikian, diharapkan unit usaha yang ada saat ini semakin bertumbuh secara kualitas dan kuantitas, potensi sumber daya yang ada ada di lingkungan pun juga semakin bisa diberdayakan.

KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan dengan baik dan lancar sesuai memberikan beberapa

meliputi yang pertama bahwa sosialisasi melalui presentasi materi dan diskusi tanya jawab mampu memberikan pemahaman para peserta terhadap pentingnya penggunaan sistem pemasaran berbasis digital. Kedua, keberadaan teknologi dan internet perlu dimanfaatkan melalui aktifitas digital marketing sehingga kegiatan pemasaran bisa menjadi lebih efektif dan efisien, terutama karena dapat menarik dan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain sosialisasi paparan materi, dengan dilakukannya pelatihan pembuatan serta optimalisasi akun media sosial dan website menjadi salah satu strategi yang dapat meningkatkan keterampilan para peserta khususnya pengelola BUMDes. Hal tersebut juga dapat memperkuat tata kelola organisasi yang profesional, akuntabel, serta transparan karena dapat dilihat oleh publik.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan setelah dilakukannya kegiatan ini yaitu kepada para pengelola BUMDes termasuk pelaku unit usahanya agar terus berupaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan agar pendapatan dan perekonomian desa dapat terdorong lebih maju. Kepada masyarakat setempat diharapkan juga terus aktif berpartisipasi dalam meningkatkan keterampilan dalam menggali potensi sumber daya desa

agar tercipta kesejahteraan bagi masyarakat Desa Sidorejo. Begitu pula yang terakhir kepada seluruh pihak yang ikut serta dalam kegiatan ini agar dilakukan pendampingan lanjutan sesuai kebutuhan, terutama mengingat bahwa teknologi digital terus mengalami perkembangan.

REFERENSI

- Akbari, Tauny (2023). Sosialisasi Digital Marketing Untuk Pemasaran Produk UMKM Di Desa Kurungdahu, Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Media Abdimas*, Vol. 3 No. 2, 64-70.
- Arifin. Z., Ningsih. D. N. C, Salamah. S. N, dkk. (2022). Edukasi Digital Marketing untuk Pengembangan Destinasi Wisata Sumber Biru. *Surya Abdimas*, Vol. 6 No. 2, 348 – 360.
- Aryanto, V. D. W. dan Wismantoro, Y. 2020. *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. Yogyakarta: Penerbit PT. Kanisius.
- Gunelius, S. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. USA: McGraw Hill.
- Herman. B., Haslindah, Anwar. M. A., dkk. (2023). Pemberdayaan Bumdes Melalui Edukasi Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Usaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* Vol. 7, No. 6, 5333-5343.
- Muhammad Aris, M., Erna, Akmul. A. (2021). Pendampingan Pengelolaan BUMDes Melalui Kearifan Lokal Tudang Sipulung Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Ujung Baru Kab.Wajo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Sosiosaintifik (JurDikMas)*, Volume 3 Issue 1, 154-161.
- Nistrina. K., Rosmalina, Sukiman. (2023). Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Mendukung Gerakan Indonesia Melayani pada BUMDES Desa Bojongsoang. *Abdimas Siliwangi*, Vol. 6 No.2, 305-314
- Omi Pramiana, O., Gilang. M. R. (2022). Pendampingan Digital Marketing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Puri Makmur Guna Optimalisasi Pemasaran. *Comvice: Journal of Community Service*, Vol. 6 No. 1, 5-12.
- Peraturan Menteri Desa Nomor 4 Tahun 2015. *Pendirian, Pengurusan, Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa*.
- Samjulaifi, Muhammadiyah, Usman, J. (2022). Prinsip-Prinsip Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Ko'mara Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar. *Jurnal UNISMUH*, Vol. 3 No. 1, 50-63.
- 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*, Vol. 3 No. 1, 65-75.
- Solis, B. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sulianta, F. 2023. Panduan Lengkap Digital Marketing. Yogyakarta: Penerbit ANDI. Undang-undang No 6 Tahun 2014. Badan Usaha Milik Desa.

Sulianta, F. 2023. Panduan Lengkap Digital Marketing. Yogyakarta: Penerbit ANDI. Undang-undang No 6 Tahun 2014. Badan Usaha Milik Desa