Jurnal Abdi Masyarakat
Jurnal Abdi Masyarakat **Humanis**
ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

website. :
http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH

Vol. 7 • No. 2 • April 2026
Pege (*Hal.*) : **129 – 140**

ISSN (*online*) : 2686-5858
ISSN (*print*) : *2686-1712*

© LPPM Universitas Pamulang
JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Article Info : Recived : 15 April 2026 Revised: 20 April 2026 Accepted : 22April 2026

Mengenali Nilai Keunggulan Dan Membuka Peluang Pasar Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Bumdes Di Kecamatan Kopo Kabupaten Serang Provinsi Banten

Aldhi Wijaya [1], Wifqi Anggawidiya [2], Anis Dharmayanti [3], Nuran Nisa Ratih [4], Sri Retnaning Sampurnaningsih[5]

Universitas Pamulang[1], PT. Sekolah Alam[2], PT. Kodland.org[3], PT. Kalbe Consumer health[4], Universitas Pamulang[5]
Email: aldhiwijaya44@gmail.com[1], wifqianggawidiya@gmail.com[2], anisdharma18@gmail.com[3]
, nurannisaratih8@gmail.com[4] , dosen01366@unpam.ac[5]
Corresponding Author: aldhiwijaya44@gmail.com

Abstrak. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan daya saing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, melalui penguatan manajemen sumber daya manusia (SDM), pemasaran, dan keuangan. Permasalahan utama meliputi rendahnya kemampuan manajerial, pencatatan keuangan yang belum tertata, pemasaran yang masih terbatas, serta kurangnya pemanfaatan digitalisasi. Kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, diskusi, studi kasus, dan pendampingan teknis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pengurus BUMDes dalam perencanaan SDM, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, pemasaran digital, serta pemanfaatan potensi desa. PKM ini berkontribusi pada peningkatan tata kelola dan daya saing BUMDes di Kecamatan Kopo..

Kata Kunci: BUMDes, SDM, pemasaran, keuangan, daya saing.

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

Abstract. *This Community Service Program (PKM) aims to improve the competitiveness of Village-Owned Enterprises (BUMDes) in Kopo District, Serang Regency, by strengthening human resource, marketing, and financial management. The main issues include limited managerial skills, unstructured financial records, restricted marketing reach, and low digital adoption. The activities were carried out through socialization, discussions, case studies, and technical assistance. The results show improved understanding among BUMDes managers regarding HR planning, application-based financial recording, digital marketing, and the use of village potential. This PKM contributes to enhancing governance and competitiveness of BUMDes in Kopo District.*

Keywords: *Village-Owned Enterprises, human resources, financial management, marketing, competitiveness.*

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

PENDAHULUAN

BUMDes memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian desa melalui pemanfaatan potensi lokal dan pengembangan unit-unit usaha yang berorientasi pada kesejahteraan masyarakat. Namun, hasil observasi di Kecamatan Kopo menunjukkan bahwa sejumlah BUMDes masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar yang menghambat kinerja dan daya saing usaha. Permasalahan utama yang teridentifikasi meliputi:

1. Manajemen SDM yang belum optimal, ditandai dengan pembagian tugas yang tidak jelas, minimnya pelatihan, serta belum adanya standar operasional prosedur (SOP).
2. Pengelolaan keuangan yang masih manual, tanpa sistem pencatatan baku sehingga menimbulkan risiko ketidakakuratan laporan.
3. Strategi pemasaran konvensional, yang terbatas pada lingkup lokal dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal.
4. Kurangnya pemetaan nilai keunggulan desa, sehingga unit usaha belum memiliki diferensiasi yang kuat.

Melihat permasalahan tersebut, kegiatan PKM ini dilaksanakan untuk memberikan pendampingan komprehensif yang mencakup perencanaan SDM, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran berbasis nilai keunggulan (value advantage) dengan tujuan meningkatkan daya saing BUMDes secara berkelanjutan.

1. Strategi Pemasaran dan Penciptaan Nilai (Value Creation)

Kemampuan pemasaran menjadi faktor vital dalam membuka peluang pasar bagi BUMDes.

a. Konsep Pemasaran Modern: Menurut Kotler & Keller (2020), pemasaran modern tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi pada penciptaan nilai (value creation) serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan..
b. Digitalisasi Pemasaran: Rahmawati & Lestari (2022) menjelaskan bahwa penggunaan platform digital seperti media sosial, katalog online, dan aplikasi berbasis desa dapat memperkuat citra produk BUMDes dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, yang relevan dengan perubahan perilaku konsumen saat ini.

2. Budaya Kerja, Pelayanan, dan Teknologi Informasi

Penguatan kapasitas BUMDes juga didukung oleh budaya kerja dan pemanfaatan teknologi:

Budaya Kerja: Thoha (2017) menyatakan bahwa budaya kerja yang sehat ditandai oleh sikap disiplin, tanggung jawab, dan keterbukaan terhadap inovasi, yang penting untuk kolaborasi efektif di lingkungan desa.

a. Orientasi Pelayanan: Lovelock & Wirtz (2021) menekankan pentingnya orientasi pelayanan (service orientation) yang mencakup pemenuhan kebutuhan masyarakat secara cepat, tepat, dan ramah untuk meningkatkan loyalitas.
b. Digitalisasi Layanan: Prasetyo & Sutopo (2021) menambahkan bahwa

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

penerapan teknologi informasi dapat mempercepat proses administrasi, meningkatkan transparansi, serta memudahkan pengawasan oleh masyarakat, sejalan dengan tren e-governance.

3. **Strategi Pemasaran dan Digitalisasi**

Peningkatan daya saing BUMDes juga sangat bergantung pada strategi pemasaran. Kotler & Keller (2020) menekankan bahwa pemasaran modern tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi pada penciptaan nilai (value creation) dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam era digital, pelaku usaha desa harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang bergantung pada teknologi informasi. Rahmawati & Lestari (2022) menyatakan bahwa penggunaan platform digital seperti media sosial dan katalog online dapat memperkuat citra produk dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BUMDes.

4. **Pada bidang pemasaran**

Kotler & Keller (2020) menyatakan bahwa pemasaran modern berfokus pada penciptaan nilai dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Strategi pemasaran digital menjadi semakin penting dalam mengatasi keterbatasan akses pasar pedesaan (Rahmawati & Lestari, 2022).

5. **Kementerian Desa**

PDTT (2023) juga menekankan pentingnya modernisasi BUMDes melalui inovasi produk, penguatan SDM, dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pendapatan asli desa.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan PKM menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif melalui tahapan berikut:

1. Tahap persiapan dimulai dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pengurus BUMDes untuk mengetahui kondisi aktual dan kebutuhan mitra. Setelah itu, tim menyusun analisis kebutuhan pelatihan serta menyiapkan modul yang sesuai. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi internal antar anggota tim PKM untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan selaras.
2. Tahap pelaksanaan diawali dengan kegiatan sosialisasi program PKM kepada seluruh peserta. Selanjutnya, tim menyampaikan materi yang mencakup strategi mengenali nilai keunggulan produk desa, manajemen SDM berbasis kompetensi, strategi pemasaran digital dan penguatan branding, serta pencatatan keuangan menggunakan aplikasi. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan sesi simulasi dan praktik langsung, seperti penggunaan aplikasi keuangan serta pemetaan potensi produk dan segmen pasar. Setelah itu,

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

peserta mengikuti sesi diskusi dan tanya jawab, serta mendapatkan pendampingan teknis secara lebih mendalam.

3. Tahap akhir adalah evaluasi dan monitoring dilakukan melalui pengisian kuesioner dan wawancara untuk menilai efektivitas kegiatan. Selain itu, tim juga melakukan monitoring terhadap penerapan strategi oleh BUMDes setelah program selesai guna memastikan keberlanjutan dan dampak kegiatan

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Mengenali Nilai Keunggulan dan Membuka Peluang Pasar dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing BUMDes di Kecamatan Kopo Kabupaten Serang" menghasilkan beberapa temuan penting terkait peningkatan kapasitas pengurus BUMDes. Kegiatan ini memberikan pemahaman, keterampilan, dan wawasan baru yang membantu pengurus dalam meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha desa.

Hasil

Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari para pengurus BUMDes. Kegiatan ini berhasil membantu pengurus BUMDes mengenali nilai keunggulan usaha, membuka peluang pasar, dan meningkatkan daya saing unit usaha desa.

Dari sisi manajemen SDM, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya perencanaan kebutuhan tenaga kerja, pembagian tugas berdasarkan kompetensi, serta pembinaan dan evaluasi kinerja secara berkala. Materi yang disampaikan membantu pengurus menyadari bahwa keberhasilan unit usaha tidak hanya ditentukan oleh modal atau produk, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusia yang mengelola kegiatan harian BUMDes.

Pada aspek manajemen keuangan, kegiatan memberikan dampak signifikan, terutama melalui simulasi penggunaan aplikasi pencatatan keuangan. Peserta memperoleh pengalaman langsung dalam melakukan pencatatan transaksi, penyusunan buku kas, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Pengurus memahami bahwa pencatatan keuangan yang transparan dan akuntabel sangat penting untuk membangun kepercayaan masyarakat dan mendukung evaluasi serta pengambilan keputusan usaha.

Sementara itu, pada aspek strategi pemasaran, peserta memahami kembali pentingnya menjaga mutu produk sebagai dasar peningkatan daya saing. Melalui pendekatan manajemen mutu (Quality Based Management/QBM), pengurus BUMDes memperoleh wawasan baru tentang bagaimana konsistensi kualitas, perbaikan berkelanjutan, dan transparansi dapat meningkatkan nilai jual produk dan memperluas pasar. Penekanan pada strategi pemasaran digital juga memberikan perspektif baru mengenai peluang ekspansi usaha melalui media sosial dan platform digital.

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

Secara keseluruhan, kegiatan PKM menghasilkan peningkatan motivasi, pemahaman, dan kesiapan pengurus BUMDes untuk menerapkan strategi manajemen berbasis keunggulan, membuka peluang pasar baru, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan unit usaha desa.

Pembahasan

Pada bagian ini dipaparkan hasil dan dinamika kegiatan yang dilaksanakan untuk membantu BUMDes di Kecamatan Kopo dalam mengenali potensi unggulan serta memperluas peluang pasar. Berbagai strategi yang dibahas menunjukkan bagaimana BUMDes dapat meningkatkan daya saingnya melalui penguatan kapasitas, inovasi produk, dan pemasaran yang lebih efektif.

Merupakan dokumentasi penyampaian materi PKM yang di sampaikan oleh Bapak Samsuardi dengan NIM 251015200035, selaku Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Pamulang. Pemaparan dimulai dengan penjelasan mengenai cara mengenali nilai keunggulan dan membuka peluang pasar dalam rangka meningkatkan daya saing BUMDes Kecamatan Kopo. pentingnya pengelolaan BUMDes yang profesional, akuntabel, dan berbasis kebutuhan masyarakat desa. Narasumber menyampaikan bahwa keberhasilan BUMDes tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan modal, tetapi juga oleh bagaimana pengurus mampu membangun perencanaan yang terarah, memahami risiko, serta mengembangkan pola kerja kolaboratif dengan berbagai pihak desa.

Materi disampaikan secara interaktif, dimana narasumber mengaitkan penjelasan dengan contoh kasus nyata di lapangan. Peserta yang hadir mulai dari Direktur, Ketua, hingga pengurus BUMDes dari berbagai desa menunjukkan antusiasme tinggi. Mereka aktif mencatat, merespon, dan memberikan perhatian penuh pada setiap penjelasan yang diberikan.

Pendekatan penyampaian materi dilakukan secara dialogis sehingga suasana kegiatan terasa lebih komunikatif. Narasumber tidak hanya menjelaskan teori, tetapi juga mengajak peserta melakukan refleksi terhadap permasalahan yang selama ini mereka hadapi, baik dalam perencanaan program, pemasaran produk, hingga pengelolaan keuangan. Melalui cara ini, peserta dapat memahami bagaimana konsep mengenali keunggulan, memanfaatkan peluang pasar, dan meningkatkan daya saing diterapkan secara praktis dan sesuai konteks BUMDes mereka.

Setelah penyampaian materi utama berakhir, kegiatan berlanjut pada sesi tanya jawab. Dalam sesi tanya jawab yang berlangsung setelah pemaparan materi, para peserta yang merupakan pengurus

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

dan pengelola BUMDes dari berbagai desa di Kecamatan Kopo, menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan menyampaikan beberapa pertanyaan yang relevan dengan tema pendampingan, yaitu strategi manajemen keuangan, pemasaran, dan penguatan SDM dalam meningkatkan daya saing BUMDes.

Gambar diatas Merupakan dokumentasi penanya pertama yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Subai selaku Ketua BUMDes Family Gabus dari Desa Gabus. Beliau menyoroti aspek strategi mengenali nilai keunggulan produk dan membuka peluang pasar, khususnya terkait bagaimana BUMDes dapat memaksimalkan potensi produk lokal agar lebih kompetitif di pasar.

Beliau bertanya mengenai tips dan strategi agar BUMDes mampu menentukan nilai jual unik, menjaga kualitas produk, serta memperluas pasar tanpa mengganggu keseimbangan internal organisasi, termasuk koordinasi dengan pihak pendamping, pengawas, maupun Kepala Desa. Pertanyaan ini mencerminkan pentingnya penerapan Good Corporate Governance, integrasi manajemen SDM, keuangan, dan pemasaran, serta perencanaan strategis yang matang untuk meningkatkan daya saing BUMDes.

Gambar diatas menampilkan dokumentasi pemberian tanggapan dari penanya pertama yang dilakukan oleh Bapak Dr. Surya Budiman, S.E., M.B.A., selaku perwakilan Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Pamulang. Pentingnya Perencanaan SDM dan Manajemen Risiko dalam Pengelolaan BUMDes. Menanggapi pertanyaan pertama mengenai bagaimana memastikan rencana strategis BUMDes dapat terlaksana secara optimal tanpa konflik internal maupun eksternal, Dr. Surya Budiman, S.E., M.B.A., menekankan pentingnya perencanaan SDM yang matang dan manajemen risiko sejak tahap awal. Beliau menjelaskan bahwa perencanaan harus disertai identifikasi risiko, mitigasi, serta rencana kontingensi. Musyawarah dengan semua pemangku kepentingan, termasuk pengurus, pengawas, dan Kepala Desa, penting untuk memastikan kesepahaman dan komitmen bersama.

ISSN (print) : 2686-5858 & ISSN (online) : 2686-1712

Beliau menekankan bahwa untuk membuka peluang pasar dan meningkatkan daya saing, BUMDes perlu menerapkan prinsip manajemen modern melalui langkah-langkah berikut:

1. Branding Berbasis Potensi Lokal

• Meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal maupun luar daerah.

• Mengangkat keunikan desa, mulai dari bahan baku, budaya, hingga cerita produk.

• Membentuk identitas produk yang kuat dan mudah dikenali.

2. Standardisasi Kualitas dan Sertifikasi

• Menjamin kualitas produk agar konsisten dan memenuhi standar pasar.

• Mengurus sertifikasi seperti PIRT, halal, atau standar keamanan lain untuk meningkatkan kredibilitas.

• Mempermudah kerja sama dengan distributor, toko modern, dan lembaga lain.

3. Digital Marketing dan Perluasan Jaringan Distribusi

• Memanfaatkan media sosial, website, dan marketplace untuk promosi dan penjualan.

• Berkolaborasi dengan UMKM lain, komunitas bisnis, dan platform pemasaran digital.

• Memperluas akses pasar sehingga produk dapat menjangkau konsumen lebih luas.

4. Evaluasi Berkala dan Adaptasi Strategi

• Melakukan monitoring terhadap tren konsumen dan perubahan kebutuhan pasar.

• Menyesuaikan harga, inovasi produk, dan strategi promosi sesuai perkembangan terbaru.

• Mengambil keputusan berbasis data agar BUMDes tetap kompetitif dan adaptif.

Gambar diatas Merupakan dokumentasi penanya kedua yang disampaikan oleh Bapak Soekandi, Ketua BUMDes Setiajaya dari Desa Nanggung. Beliau menjelaskan bahwa BUMDes mereka memiliki produk unggulan, namun potensi nilai keunggulan produk belum dimanfaatkan secara maksimal, sehingga pemasaran masih terbatas di area lokal. Mengacu pada materi yang telah disampaikan terkait strategi mengenali nilai keunggulan dan membuka peluang pasar, beliau meminta penjelasan lebih lanjut mengenai strategi yang efektif untuk menentukan keunggulan produk, memperluas jangkauan pasar, dan

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

meningkatkan daya saing BUMDes baik di pasar lokal maupun regional. Pertanyaan ini sangat relevan dengan upaya peningkatan brand awareness, diversifikasi saluran distribusi, serta pemanfaatan teknologi digital dan media sosial dalam pemasaran modern.

Gambar diatas menampilkan dokumentasi pemberian tanggapan dari penanya kedua yang dilakukan oleh Bapak Dr. Surya Budiman, S.E., M.B.A., selaku perwakilan Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Pamulang. Menanggapi pertanyaan mengenai strategi memperluas pemasaran produk unggulan BUMDes, Dr. Surya Budiman menjelaskan bahwa peningkatan daya saing BUMDes harus diawali dengan kemampuan mengenali dan mengoptimalkan nilai keunggulan lokal. Setiap desa memiliki potensi khas yang dapat dijadikan identitas dan pembeda produk BUMDes di pasar.

Salah satu strategi utama adalah digitalisasi pemasaran melalui pemanfaatan marketplace, media sosial, dan platform daring lainnya. Pendekatan ini memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas, komunikasi langsung dengan konsumen, serta peningkatan visibilitas produk secara berkelanjutan.

Selain digitalisasi, BUMDes juga perlu melakukan pemetaan pasar dan analisis kebutuhan konsumen agar strategi produk dan promosi lebih tepat sasaran. Upaya ini dapat menjadi dasar bagi inovasi dan peningkatan kualitas produk unggulan.

Penguatan branding turut menjadi aspek penting, termasuk desain kemasan, identitas visual, dan narasi produk yang mampu menonjolkan keunikan desa. Strategi ini membantu menciptakan persepsi nilai tambah dan daya tarik yang lebih kuat di mata konsumen.

Terakhir, Dr. Surya menekankan pentingnya membangun jejaring dan kemitraan dengan pelaku usaha, komunitas lokal, dan lembaga terkait sebagai upaya membuka pasar baru dan memperkuat posisi kompetitif BUMDes.

Keseluruhan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan peluang pasar, memperkuat daya saing produk unggulan, serta memberikan kontribusi ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat desa.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Mengenali Nilai Keunggulan dan Membuka Peluang Pasar untuk Meningkatkan Daya Saing BUMDes Kecamatan Kopo” telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengurus BUMDes. Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi penyampaian materi, simulasi praktik

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

pengelolaan keuangan, diskusi interaktif, serta pendampingan teknis, peserta memperoleh pemahaman yang lebih terarah mengenai pengelolaan organisasi dan pengembangan unit usaha berbasis nilai keunggulan produk.

Kegiatan ini menunjukkan adanya penguatan kompetensi sumber daya manusia, di mana pengurus BUMDes lebih memahami pentingnya pembagian tugas sesuai kompetensi, pengembangan kemampuan pengurus, serta penerapan prinsip profesionalisme yang mendukung kinerja unit usaha. Selain itu, peserta juga mulai menunjukkan perubahan pola pikir dari sekadar menjalankan operasional harian menuju pengelolaan usaha yang lebih strategis dan terencana.

Kemampuan pengurus dalam pengelolaan keuangan juga meningkat melalui simulasi penggunaan aplikasi digital, sehingga proses administrasi menjadi lebih tertib, transparan, dan akuntabel. Dengan kemampuan tersebut, perencanaan keuangan, pengendalian biaya, serta evaluasi profitabilitas unit usaha dapat dilakukan secara lebih sistematis. Pengelolaan modal pun menjadi lebih efektif untuk mendukung pengembangan produk unggulan dan membuka peluang pasar baru yang lebih menjanjikan.

Di sisi pemasaran, peserta memperoleh wawasan mengenai strategi berbasis kualitas produk dan pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan promosi. Pemahaman ini membuka peluang agar BUMDes tidak hanya bergantung pada pemasaran konvensional, tetapi juga dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas, memperbaiki citra produk, serta membangun koneksi dengan konsumen secara lebih luas. Dengan demikian, daya saing BUMDes dapat meningkat baik di tingkat lokal, regional, maupun dalam jangka panjang di tingkat nasional.

Lebih jauh, PKM ini juga mendorong terciptanya kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah desa, pengurus BUMDes, dan perguruan tinggi dalam upaya penguatan ekonomi desa. Kerja sama ini menjadi modal penting untuk keberlanjutan program pemberdayaan, sehingga transfer ilmu dan pendampingan dapat terus dilakukan secara bertahap.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil memperkuat kapasitas kelembagaan BUMDes, membuka wawasan baru bagi pengurus, dan menjadi fondasi bagi pengelolaan usaha desa yang profesional, modern, dan berkelanjutan. Melalui pendampingan yang komprehensif, pengurus BUMDes mampu memahami bagaimana setiap aspek—mulai dari manajemen SDM, pencatatan keuangan, hingga strategi pemasaran—berkaitan satu sama lain dalam membangun kinerja usaha yang efektif dan kompetitif.

Dampak yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya daya saing BUMDes, bertambahnya kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan usaha desa, serta kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian desa di Kecamatan Kopo. Dengan kapasitas pengurus yang semakin kuat dan strategi pengelolaan yang lebih matang, BUMDes diharapkan mampu menjadi motor penggerak ekonomi desa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

menciptakan peluang usaha baru yang berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2020). Panduan Penguatan BUMDes untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Desa. Jakarta: Kemendesa PDTT.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Serang. (2024). Kecamatan Kopo Dalam Angka 2024.

Serang: BPS.

Yuniarti, D. (2021). Penguatan Kapasitas BUMDes Berbasis Potensi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Desa. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Desa, 9(2), 45–58.

Nuryanti, S., & Swastika, D. K. S. (2022). Strategi Pengembangan Daya Saing Ekonomi Lokal di Tingkat Desa. Jurnal Manajemen Pembangunan, 17(1), 23–33.

Sari, P. Y., & Darmawan, A. (2023). Strategi pemasaran digital bagi UMKM di era transformasi digital. Jurnal Pemasaran Nusantara, 8(1), 25–36.

Amalia, I. P. (2021). Analisis pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam menunjang pembangunan ekonomi desa (Studi kasus BUMDes di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri). Universitas Brawijaya Repository, 2(1), 2–8. Malang: Universitas Brawijaya.

Bokiu, Z., Mahdalena, & Lukum, A. (2024). Analisis value chain dan break even point untuk meningkatkan keunggulan bersaing BUMDes di Desa Limbato Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan, 8(3), 335–336. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.

Danaresa, & Herawati. (2018). Strategi pengembangan BUMDes berdasarkan aset sumber mata air, infrastruktur, dan dukungan masyarakat. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 2(1), 1–5. Jakarta: Neliti Press.

Dewi, A. S. K. (2014). Peranan BUMDes sebagai upaya dalam meningkatkan ekonomi pedesaan. Rural and Development Journal, 5(1), 1–5. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Dewi, R. L. K. (2023). Pengelolaan BUMDes dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa berbasis potensi wilayah. Jurnal Juristic, 4(1), 79–83. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

Dyah, M. N., Pujiati, A., Rahman, Y. A., Nihayah, A. N., Nursaidah, N., Damayanti, A., & Ridzuan, A. R. (2024). Optimizing the role of community-based enterprises to improve performance and competitiveness in Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan (JEP), 25(1), 105–125. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Nurkhalik, W. A., Sutrisno, R., & Wahyudi, A. (2023). Strategi pengembangan BUMDesa yang berdaya saing di era digitalisasi. Madani: Indonesian Journal of Civil Society, 7(2), 121–124. Ciamis: Politeknik Negeri Ciamis.

ISSN (*print*) : 2686-5858 & ISSN (*online*) : 2686-1712

Palupi, A. I. (2021). Analisis pengelolaan BUMDes dalam menunjang pembangunan ekonomi desa (Studi kasus BUMDes di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri). Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Kebijakan Publik, 3(2), 45–60. Malang: Universitas Brawijaya.

Pradani, R. F. E. (2020). Pengembangan BUMDes berbasis potensi lokal sebagai penggerak ekonomi desa. Jurnal Ekonomi dan Studi Kebijakan (JESK), 3(2), 14–17. Malang: Universitas Brawijaya.

Rostini, K., Nurul, K., & Albar, S. N. (2020). Strategi pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Jurnal ADPERTISIA: Administrasi dan Pendidikan Terpadu Indonesia, 4(1), 1–3. Makassar: Universitas Indonesia Timur.

Suhardi, D., Gunawan, W. H., & Watulandi, M. (2025). Orientasi kewirausahaan, penciptaan nilai melalui daya saing dalam meningkatkan kinerja BUMDes di Kabupaten Kuningan. Valid: Jurnal Ilmiah, 22(2), 227–233. Kuningan: Universitas Kuningan.

Yunita, A., Wibowo, A., & Raharjo, S. (2020). Penguatan kelembagaan BUMDes melalui digitalisasi ekonomi desa. Journal of Community Empowerment, 6(1), 33–40. Bandung: Universitas Padjadjaran.