***SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW:***

***OPTIMIZATION OF BUMDES THROUGH THE IMPLEMENTATION OF CREATIVE ECONOMY WITH DIGITAL MARKETING AS A STRATEGY TO IMPROVE THE COMMUNITY ECONOMY***

**SYSTEMATIC LITERATUR REVIEW:**

**OPTIMALISASI BUMDES MELALUI PENERAPAN EKONOMI KREATIF DENGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT**

**Wahyu Wahyudin, Wiwin Setianingsih, Dodi Satriadi**

Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh, Ciamis

Email wahyuwahyudin@unigal.ac.id

**ABSTRAK**

Pemerintah Desa melalui berbagai strategi telah melaksanakan program Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa. Kehadiran program BUMDes tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi warga tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Salah satu program pemerintah yang ditujukan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat adalah kolaborasi antara BUMDes, ekonomi kreatif, dan pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan BUMDes dengan menerapkan ekonomi kreatif sebagai wadah pembinaan kreativitas masyarakat yang dapat membantu memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat, dan pemasaran digital sebagai alat pemasaran produk ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan metodologi Systematic Literature Review, dengan mengikuti proses metodologi yang terdiri dari empat tahap yaitu identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan pemilihan. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk artikel yang menampilkan 10 judul terkait BUMDes dan ekonomi kreatif, serta 24 judul terkait BUMDes dan pemasaran digital. Secara keseluruhan, BUMDes telah menerapkan ekonomi kreatif sebagai wadah kreativitas, membantu memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat, dan pemasaran digital sebagai alat pemasaran produk-produk kreatif. BUMDes telah mengembangkan strategi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengelolaan badan usaha, pemanfaatan aset, peningkatan investasi dan produktivitas, penyediaan layanan, dan/atau penawaran berbagai jenis usaha. Penelitian ini mendukung Kebijakan Pembangunan Ekonomi Pemerintah Indonesia yang berfungsi sebagai strategi untuk mewujudkan kebijakan pembangunan ekonomi Indonesia.

**Kata Kunci:** (BUMDes, Pemasaran Digital, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Kemasyarakatan, Kajian Pustaka Sistematis)

**PENDAHULUAN**

Pembentukan BUMDes bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat desa. Tetapi dalam penerapannya masih banyak daerah dan desa yang tidak memiliki prakarsa dan motivasi untuk mengembangkan BUMDes. Hal ini dipengaruhi oleh potensi dan kapasitas ekonomi masyarakat dalam mendesain serta mengelola ekonomi perdesaan (Aprillia et al., 2021) (Nuryanti, 2019). Keberadaan BUMDes diharapkan bisa mengembangkan segala jenis pembangunan ekonomi desa yang bermuara pada kesejahteraan masyarakat desa dan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat maupun pendapatan asli desa Click or tap here to enter text.. BUMDes mengkolaborasikan potensi yang ada di desanya bisa menguntungkan kedua belah pihak, dari kegiatan ekonomi inilah akan muncul kerjasama ekonomi dan hadirnya ekonomi kreatif dengan *digital marketing* yang bisa memajukan masyarakat desa sehingga mampu mengubah tatanan sosial, budaya dan ekonomi dalam masyarakat, mensejahterakan masyarakatnya dan meningkatkan perekonomian masyarakat desa tersebut. Click or tap here to enter text.. Usaha mikro yang jumlahnya lebih dominan tersebut harus mampu meningkatkan penjualannya. Di era serba teknologi saat ini usaha mikro sudah harus mengikuti trend penggunaan pemasaran online (*digital marketting*) (Kader & Setianingsih, 2018) Harapan lanjutan penelitian ini adalah diperlukan keseriusan dan kerjasama semua pihak, baik masyarakat, pemerintah dan swasta dalam mengoptimalkan BUMDes melalui penerapan ekonomi kreatif dengan *Digital Marketing* sebagai strategi pemasaran yang produknya mempunyai nilai inovatif berdaya saing yang tinggi sehingga akan meningkatkan pertumbuhan Ekonomi yang lebih mapan. Berdasarkan hal tersebut diperoleh rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu Bagaimana strategi dan hasil optimalsasi BUMDes dalam meningkatkan ekonomi masyarakat melalui penerapan ekonomi kreatif dan digital marketing.

**METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Systematic literature review (SLR) atau dalam bahasa indonesia disebut tinjauan pustaka sistematis, Menurut Click or tap here to enter text. tujuan dari tinjauan pustaka sistematis adalah untuk menyediakan daftar lengkap tentang semua penelitian yang terkait dengan bidang studi atau topik tertentu, tinjauan pustaka sistematis harus mengikuti proses metodologis yang terdiri dari empat tahap yaitu tahap identifikasi, tahap penyaringan, tahap kelayakan dan tahap penentuan Sánchez-Aguayo, Urquiza-Aguiar, & Estrada-Jiménez dalam Click or tap here to enter text.. Oleh karena itu, perlu dilakukan tinjauan pustaka secara sistematis. Review ini dilakukan untuk mendapatkan informasi penting dari literature penelitian sehingga informasi dari literature tersebut mudah untuk digunakan nantinya Click or tap here to enter text. Objek dalam penelitian ini meliputi optimalisasi pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dengan ekonomi kreatif dan digital marketing. Sedangkan subjek penelitian ini adalah hasil penelitian jurnal dengan judul kaitan antara Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dengan ekonomi kreatif dan digital marketing. Metode untuk memperoleh informasi melalui web browsing, serta jurnal terkait dengan variabel dan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini. Search Process (Proses Pencarian) dilakukan dengan menggunakan searchengine (Google Chrom) pada https://scholar.google.co.id/ dan Harzing’s Publish or Perish dipilih karena saat ini merupakan basis data terbesar dan publikasi.

Proses seleksi literatur melalui beberapa tahap dari mulai tahap identifikasi, penyaringan, kelayakan dan dan tahap penentuan. Tahap pertama dilakukan identifikasi pencarian literatur menggunakan aplikasi Harzing’s Publish or Perish dengan kata kunci BUMDes, ekonomi kreatif dan digital marketing. Pencarian sebanyak 500 artikel dari tahun 2014-2023. Tahap kedua penyaringan dengan memilih judul yang berkaitan antara bumdes dengan ekonomi keatif dan bumdes dengan digital marketing. Tahap ketiga dilakukan penyaringan kembali berdasarkan judul yang tidak terkait dari atikel dan akses terbatas. Tahap terakhir penentuan artikel yang terkait sesuai dengan yang akan diteliti.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Systematic Literature Review ini dilakukan untuk mareview mengetahui keberhasilan peningkatan ekonomi masyarakat melalui optimalisasi strategi bumdes dengan ekonomi kreatif dan strategi bumdes dengan digital marketing,

Optimalisasi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia KKBI Online (2008, p. 986), “Optimalisasi berasal dari kata optimal yaitu proses, cara dan perbuatan untuk mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dsb)”. Sedangkan menurut (Hamzah et al., 2022) Optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuannya meminimumkan biaya-biaya. Menurut (Hamzah et al., 2022) adalah hasil yang dicapai sesuai dengan keinginan, jadi optimalisasi merupakan pencapaian hasil sesuai harapan secara efektif dan efisien. Dari uraian tersebut optimalisasi hanya dapat diwujudkan apabila dalam pewujudannya secara efektif dan efisien dalam penyelenggaraan organisasi.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2O2I Tentang Badan Usaha Milik Desa Pasal 1 Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut BUM Desa adalah badan hukum yang didirikan oleh desa dan/atau bersama desa-desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan, dan/atau menyediakan jenis usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa.

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif Pasal 1 Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Menurut Insitute For Development Economy and Finance (INDEF), ekonomi kreatif diartikan sebagai suatu proses peningkatan nilai tambah hasil dari eksplorasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu menjadi suatu produk dapat dijual. Dari uraian tersebut ekonomi kreatif adalah perwujudan proses peningkatan nilai tambah dari kekayaan intelektual dan kreativitas manusia berbasis keahlian budaya ilmu budaya dan iptek.

Digital marketing atau disebut pemasaran digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online. (Gunawan, 2019)

Menurut Naim & Al Ghamdi (2023) pemasaran digital adalah penggunaan media web dan inovasi intutif lainnya untuk menghubungkan pembeli dan organisasi dan dapat dengan mudah berbagi data dan menyampaikan. Dari uraian tersebut digital marketing atau disebut pemasaran digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet penggunaan web secara digital membangun komunikasi secara virtual.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan artikel dari beberapa sumber data. Hasil penelusuran menghasilkan 10 judul artikel yang terkait antara Bumdes dan Ekonomi Kreatif dan 24 judul artikel terkait antara BUMDes dan Digital Marketing.

**Tabel 1. Penulis, Judul Artikel Terkait BUMDes dan Ekonomi Kreatif**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Penulis | Judul |
| 1 | (Probosari et al., 2023) | Digital Transformation Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif Binaan Bumdes Bugisan, Prambanan, Klaten, Jawa Tengah |
| 2 | (Rukmana et al., 2023) | Penguatan Kelembagaan BUMDes: Upaya Meningkatkan Potensi Ekonomi Kreatif di Pulau Lakkang |
| 3 |  (Putra et al., 2022) | Peningkatan Ekonomi Kreatif dalam Pemanfaatan Bumdes Melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana di Desa Cinta Mulya Kecamatan Sidomulyo, Lampung Selatan |
| 4 | (Muhdiyanto et al., 2022)  | Peningkatan Potensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Wujud Ekonomi Kreatif Desa Trasan  |
| 5 | (Syam et al., 2021) | Kick Off Peningkatan Potensi Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Koperasi, Bumdes dan UKM Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Soppeng |
| 6 | (RATNAWATI & PRAJITNO, 2021) | Pengelolaan Desa Wisata Bumdes Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Kearifan Lokal Di Desa Karangrejo Kecamatan Purwosari Pasuruan |
| 7 | (Hayati, 2021) | Pengembangan ekonomi kreatif melalui sinergitas dengan Bumdes dan desa pintar (smart village) |
| 8 | (Elsi & Bafadhal, 2019) | Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Bumdesdi Desa Tanjung Lanjut Sekernanmuaro Jambi |
| 9 | (Karyaningtyas, 2018) | Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Berbasis Potensi Desa Dan Ekonomi Kreatif |
| 10 | (Saputra, 2017) | Peranan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sebagai Implementasi Ekonomi Kreatif Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Desa Jalancagak Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat |

Tabel 2 Penulis, Judul Artikel Terkait BUMDes dan Digital Marketing

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | (Sakir et al., 2023) | Optimalisasi Pemasaran Produk Bumdes Melalui Pendampingan Pembuatan Platform Digital Belanjadesa.Id |
| 2 | (Pramiana & Gilang, 2022) | Pendampingan Digital Marketing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Puri Makmur Guna Optimalisasi Pemasaran |
| 3 | (Lelita, 2022) | Pemasaran Digital Produk Emping Melinjo Pada Pelaku Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) |
| 4 | (Hidayat et al., 2023) | PKM Pengembangan Desa Ekonomi Digital melalui Pendampingan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam Sertifikasi, Komersialisasi, dan Digitalisasi Produk Lokal Desa Clarak Kabupaten Probolinggo |
| 5 | (Fitriani, Wachjuni, Kuntara, Lesmana, et al., 2022) | Pendampingan pengelolaan, legalitas dan digital marketing bumdes dan ukm desa binaan manislor, kec. Jalaksana kab. Kuningan |
| 6 | (Fitriani, Wachjuni, Kuntara, & ..., 2022) | Digital Marketing sebagai salah satu solusi pemasaran usaha pada BUMDes Lentera Jaya |
| 7 | (Fitrianingsih et al., 2023) | Pendampingan Kewirausahaan melalui Digital Marketing bagi Pengelola BUMDes Ngorogunung |
| 8 | (Rohim et al., 2021) | Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Batik Menco Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bhakti Mulur Sumbergondang |
| 9 | (Dewi & Widyastuti, 2023) | Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku UMKM di BUMDes Desa Cikolelet, Kab. Serang–Banten |
| 10 | (Yuliana et al., 2023) | Pelatihan Digital Marketing Pada Bumdes Guna Peningkatan Usaha Bisnis Kreatif Berbasis Digitalisasi |
| 11 | (Lestari, 2023) | Optimalisasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Produk Bumdes Lolo Gedang Kecamatan Bukit Kerman Kabupaten Kerinci |
| 12 | (Herman et al., 2023) | Pemberdayaan Bumdes Melalui Edukasi Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Usaha |
| 13 | (Padil et al., 2021) | Pendampingan pemasaran digital hasil usaha badan usaha milik desa “Selo Angon Makmur” dalam pemberdayaan masyarakat terdampak pandemi covid-19 |
| 14 | (Rohim & Salsabila, 2022) | Optimalisasi Digital Marketing Guna Sinergitas Bumdes Dan Pelaku UMKM |
| 15 | (Harya et al., 2023) | Penguatan Skill Berwirausaha UMKM dengan Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Social Media di Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar |
| 16 | (Fauzi et al., 2022) | Membangun Kompetensi Sdm, Konten Produk Dan Laporan Keuangan Pada Bumdes Maju Rahayu Kabupaten Semarang |
| 17 | (Syafi’ie et al., 2023) | Pendampingan Pembuatan Digital Branding Dan Digital Marketing Umkm Bumdes Desa Branta Pesisir |
| 18 | (Talalu et al., 2021) | Digital Marketing: Metode Utama Komunikasi Pemasaran Atraksi Wisata Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) |
| 19 | (Pambudi & Suyono, 2019) | Digital Marketing As An Integrated Marketing Communication Strategy In Badan Usaha Milik Desa (Bumdesa) In East Java |
| 20 | (Gadzali et al., n.d.) | *Community Economic Empowerment Through Human Resources Development in Digital Marketing Implementation BUMDES and MSMEs in Sindanglaya* |
| 21 | (Neno et al., 2023) | Pemberdayaan BUMDes Nekaf Mese Melalui Optimalisasi Fungsi Sosial BUMDes |
| 22 | (Alimuddin et al., 2023) | Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) |
| 23 | (Wafda & Anggraini, 2022) | Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Kabupaten Soppeng |
| 24 | (Prasetyo et al., 2021) | Pendampingan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Pengelola Badan Usaha Milik Desa Bung Hatta |

Penelitian tentang strategi meningkatkan ekonomi masyarakat melalui optimalisasi bumdes dengan ekonomi kreatif dan optimalisasi bumdes dengan digital marketing dalam penelitian ini menghasilkan identifikasi permasalahan dan hasil dari 34 artikel terpilih yang terkait bumdes dengan ekonomi kreatif sebanyak 10 artikel dan terkait bumdes dengan digital marketing sebanyak 24 artikel sebagai berikut :

Tabel 3 Penulis, Permasalahan dan Hasil pada Judul Artikel Terkait BUMDes dan Ekonomi Kreatif

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Penulis  | Probosari, (2023) |
| 1 | Permasalahan | Pelaku ekraf aktif binaan BUMDes yang memanfaatkan digital transformation dalam mendukung kegiatan usahanya belum kontinyu |
|  | Hasil | Peningkatan kapasitas di bidang Digital Transformation dan Pendaftaran Merek Dagang pada BUMDes  |
|  | Penulis | Rukmana, (2023) |
|  | Permasalahan | Kurangnya pemahaman pengurus dan masyarakat tentang konsep BUMDes, lemahnya manajemen keuangan dan operasional |
|  | Hasil | Dilaksanakan Upaya penguatan meningkatkan kapasitas pengurus dan mendorong peran aktif masyarakat dalam pengelolaan Bumdes |
|  | Penulis | Dedi, (2022) |
|  | Permasalahan | Masih rendahnya kualitas pendidikan masyarakat terhadap pemanfaatan Ekonomi Kreatif dan pengelolaan dana desa dalam menyusun Laporan Keuangan |
|  | Hasil | Terlaksananya kegiatan sosialisasi Undang-undang dana desa, pelatihan penyusunan anggaran dan laporan keuangan |
|  | Penulis | Muhdiyanto, (2022) |
|  | Permasalahan | Belum optimalnya potensi Badan Usaha Milik Desa dan Ekonomi Kreatif |
|  | Hasil | Telah dilaksanakan kegiatan sosialisasi mengenai pengenalan digital marketing terkait metode pembuatan logo dan konten setiap produk |
|  | Penulis | Syam, (2021) |
|  | Permasalahan | Ketidakmampuan pelaku usaha ekonomi kreatif dalam melakukan pencatatan dan menyajikan laporan keuangan secara baik dan benar |
|  | Hasil | Pelatihan mengenai dasar-dasar akuntansi, pencatatan dan pelaporan keuangan membina kegiatan kewirausahaan |
|  | Penulis | Ratnawati, (2021) |
|  | Permasalahan | Belum maksimalnya pengelolaan desawisata pada bumdes desa karangrejo |
|  | Hasil | Memberikan pendampingan terkait pengelolaan desa wisata yang berbasis pada ekonomi kreatif serta kearifan lokal |
| 2 | Penulis | Hayati, K (2021) |
|  | Permasalahan | Belum bersinergisi antara BUMDes, pemerintah, perguruan tinggi, media, korporasi dan komunitas. |
|  | Hasil | Perlunya sinergisitas ekonomi kreatif dengan BUMDes dan desa pintar, yaitu pemerintah, perguruan tinggi, media, korporasi dan komunitas. |
| 8 | Penulis | Sutri, (2019) |
|  | Permasalahan | Partisipasi pengelolaan bumdes belum maksimal |
|  | Hasil | BUMDesharus dikelola dengan baik dan dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat |
| 9 | Penulis | Setyowati (2018) |
|  | Permasalahan | Masih terdapat potensi desa yang belum dikembangkan |
|  | Hasil | Rekomendasi kebijakan kepada pengelola Bumdesa dan Perangkat Desa Jatimulyo untuk mengembangkan Bumdesanya berdasarkan potensi dan ekonomi desa |
| 10 | Penulis | Romi, (2017) |
|  | Permasalahan | Belum berperannya BUMDes dalam mengimplementasikan ekonomi kreatif |
|  | Hasil | BUMDes Jalancagak telah berperansebagai implementasi ekonomi kreatif dalam rangka pemberdayaan masyarakat |

Pembahasan Hasil/Strategi BUMDes-Ekonomi Kreatif

Secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa artikel dengan judul terkait BUMDes dengan Ekonomi Kreatif telah tercapai sesuai rumusan masalah dan tujuannya masing-masing dan manghasilkan jawaban sesuai permasalahan. Berikut hasil/strategi dari 10 judul terkait

1. Probosari, (2023) Mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan disektor wisata dengan cara peningkatan program-program kapasitas pelaku ekonomi kreatif. Yaitu peningkatan kapasitas di bidang Digital Transformation dan Pendaftaran Merek Dagang. dalam rangka pemberdayaan pelaku ekraf tentunya dapat memberikan kontribusi yang besar bagi mereka sehingga berpotensi meningkatkan perekonomian.
2. Rukmana, (2023) Perlunya sinergisitas antara ekonomi kreatif dengan BUMDes, Peran pemerintah sebagai fasilitator adalah menciptakan kondisi yang kondusif dalam pelaksanaan pembangunan untuk menjembatani berbagai kepentingan masyarakat dalam mengoptimalkan pembangunan daerah. pemerintah melakukan pendampingan melalui pelatihan, pendidikan, dan peningkatan keterampilan, serta dibidang pendanaan/permodalan melalui pemberian bantuan permodalan kepada masyarakat sehingga dapat meningkatan perekonomian masyarakat.
3. 3. Dedi, (2022) Telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kapasitas pengurus serta anggota dalam pengelolaan badan usaha milik desa melalui pendekatan participatory action research (PAR), penguatan manajemen dan akses pasar telah berhasil mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif desa dalam meningkatkan pendapatan asli desa. Sehigga menjadi motor penggerak pembangunan desa yang berdaya saing dan berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Mahidyanto, (2022) Program inovasi sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan di tingkat desa yang berbasis kearifan lokal, potensi sumber daya dan keunikan desa. Ada empat pilar dalam membangun desa yang lebih baik dan menarik. pertama pelayanan publik, pelayanan administrasi dasar, pendidikan, dan kesehatan. Kedua, pertanian, perkebunan dan peternakan, serta ilmu pengetahuan dan teknologi. Ketiga adalah UMKM sesuai potensi desa dan keempat adalah sarana dan prasarana, pengembangan dengan memanfaatkan berbagai program terpadu
5. Syam, (2021) Pelatihan dasar kewirausahaan dan dasar-dasar akuntansi merupakan salah satu solusi awal untuk menginisiasi dan membina pelaku ekonomi kreatif. Sebagai rekomendasi, pelatihan mengenai pentingnya badan usaha dari aspek hokum dan legalitas perlu dilakukan sebagai tindak lanjut dari pelatihan dasar kewirausahaan dan dasar-dasar akuntansi.
6. Ratnawati, (2021) Pelaksanaan penyusunan laporan keuangan BUMDes membutuhkan kerjasama dan ketekunan dari para anggotanya untuk mengikuti berbagai kegiatan pelatihan sehingga dapat menyusun laporan keuagan dengan tapat dan sesuai dengan aturan pemerintah agar tidak terjadi kecurangan/penyimpangan
7. Hayati, (2021) Proses pemasaran digital atau digital marketing dan pengelolaan sebagai upaya peningkatan potensi produk BUMDes sebagai wujud ekonomi kreatif dilakukan sebagai jawaban untuk meningkatkan pemasaran agar usaha dapat terus berlangsung. Penyusunan produk yang menarik akan meningkatkan perhatian pembeli terhadap produk, selain itu pengelolaan terhadap produk kedaluwarsa juga perlu dilakukan secara rutin bagi BUMDes
8. Sutri, (2019) BUMDes harus dikelola dengan baik dan dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat, karena melalui BUMDes pemanfaatan SDA dan SDM di desa dapat dilakukan berdasarkan karakteristik dan kebutuhan masyarakat
9. Setyowati, (2018) Penilaian masyarakat desa terhadap BUMDes memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan perekonomian dan pembangunan Desa, usaha-usaha yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa, tidak akan terlepas dari bidang keuangan antara lain 1. Menghimpun Dana dari Masyarakat Desa, 2. Simpanan Tabungan (Saving Deposit), 3. Simpanan Deposito, 4. Menyalurkan Dana ke Masyarakat melalui: a. Kredit Modal Kerja, b. Kredit Perdagangan, c. Kredit Konsumtif, d. Kredit Produktif
10. Romi, (2017) Melakukan sosialisasi tentang pentingnya keberadaan BUMDesa sebagai basis pengembangan perekonomian desa guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sosialisasi terkait potensi dan ekonomi kreatif yang dimiliki Desa seperti kerajinan bambu yang merupakan bagian dari kerajinan ekonomi kreatif.

Tabel 4 Penulis, Permasalahan dan Hasil pada Judul Artikel Terkait BUMDes dan Digital Marketing

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Penulis | Sakir, (2023) |
|  | Permasalahan | Metode pemasaran produk BUMDes menggunakan metode konvensional sebagai dan minimnya pemahaman pengurus bumdes terhadap digitalisasi marketing |
|  | Hasil | Pelatihan dan pendampingan pengoperasional platform digital marketing pada belanjadesa.id kepada pegawai Bumdes guna memasarkan produk lokal |
| 2 | Penulis | Omi, (2022) |
|  | Permasalahan | Belum optimalnya potensi seumber daya manusia perangkat desa dan pengurus Badan Usaha Milik Desa |
|  | Hasil | Telah dilaksanakan pembuatan akun promosi melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan produk UMKM setempat |
| 3 | Penulis | Lelita, (2022) |
|  | Permasalahan | Belum optimalnya kegiatan dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pemasaran |
|  | Hasil | Terlaksananya sosialisasi pengenalan digital marketing dan pengelolaan bisnis E Commerce |
| 4 | Penulis | Hidayat, (2023) |
|  | Permasalahan | Masyarakat belum mampu meningkatkan potensi desanya secara maksimal, sementara desa ini memiliki potensi besar menjadi desa mandiri ekonomi digital. |
|  | Hasil | Terdaftarnya merek dagang, hak cipta, komisi Fatwa MUI dan terbentuknya e-commerce.  |
| 5 | Penulis | Fitriani, (2022) |
|  | Permasalahan | Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dan manajerial Bumdes terkait pengelolaan usaha, keuangan, pelaporan dan pemasaran digital |
|  | Hasil | Terlaksananya pelatihan Kualitas Produk bagi BUMDes dan UKM dan Membangun Strategi Bisnis melalui Digital Marketing bagi pengelola Bumdes dan UMKM |
| 6 | Penulis | Hidayat, (2021) |
|  | Permasalahan | Keterbatasan pengurus bumdes dalam sistem pencatatan standar keuangan dan sistem pemasaran secara offline |
|  | Hasil | Peningkatan kapasitas pengurus BUMDes Lentera Jaya dan terciptanya media sosial untuk pemasaran usaha yang dimiliki BUMDes Lentera Jaya |
| 7 | Penulis | Fitrianingsih, (2023) |
|  | Permasalahan | Keterbatasan penggunaan teknologi, kualitas SDM, iklim, serta belum berkembangnya pemasaran dan distribusi . |
|  | Hasil | Melaksanakan pendampingan kewirausahaan terkait digital marketing termasuk labeling dan packaging kepada pengelola bumdes |
| 8 | Penulis | Rohim, (2021) |
|  | Permasalahan | Belum diterapkannya pemasaran digital pada produk bumdes |
|  | Hasil | Tercipnya akun marketplace sebagai alat promosi pada batik menco guna untuk memasarkan produk unggulan BUMDes Bhakti Mulur |
| 9 | Penulis | Dewi, (2023) |
|  | Permasalahan | Pemahaman pengelolaan dan pemasaran produk UMKM dan pembuatan laporan keuangan masih manual, belum tersusun secara wajar |
|  | Hasil | Telah dilaksanakannya materi penyusunan laporan dan perencanaan keuangan sederhana, sosialisasi pemasaran digital |
| 10 | Penulis | Yuliana, (2023) |
|  | Permasalahan | Kurangnya pengetahuan berupa wawasan dan edukasi yang dimiliki oleh pegawai desa dan sebagian masyarakat |
|  | Hasil | Terselenggarakannya kegiatan sosialisasi da pelatihan tentang pemasaran digital. |
| 11 | Penulis | Lestari, (2023) |
|  | Permasalahan | Pengelolaan BUMDES dan promosi pemasaran produk belum optimal |
|  | Hasil | Sosialisasi dan pelatihan dengan praktek pemasaran digital melalui cara pembuatan alat promosi sederhana |
| 12 | Penulis | Herman, (2023) |
|  | Permasalahan | Bumdes terkendala dalam pemasaran produk dan kurangnya pemahaman tentang digital marketing |
|  | Hasil | Pelatihan mengenai konsep digital marketing meliputi penggunaan media sosial, pembuatan konten menarik, teknik SEO, dan strategi kampanye digital |
| 13 | Penulis | Padil, (2021) |
|  | Permasalahan | Masih minimnya penggunaan teknologi dalam sistem layanan yang dilakukan BUMDes |
|  | Hasil | Pendampingan pelatihan berbagai pihak untuk membuka peluang pemasaran usaha Pasar Online dengan berbagi usaha masyarakat desa dan BUMDes |
| 14 | Penulis | Rohim, (2022) |
|  | Permasalahan | Keterbatasan pengetahuan, keterampilan sumber daya manusia Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam pengelolaan usaha komoditi. |
|  | Hasil | Sosialisasi pemasaran digial dan pelatihan strategi promosi bebasis online yang dihadiri oleh 20 peserta UMKM dan pegawai pemerintahan desa |
| 15 | Penulis | Harya, (2023) |
|  | Permasalahan | Belum maksimalnya pemasaran dan keterampilan berwirausaha pada UMKM, dan kurangnya kemampuan aparat setempat dalam melakukan penguatan UMKM |
|  | Hasil | Telah dilaksanakan pembuatan kemasan produk, sosial media, website Linktree, serta pembuatan video dan foto produk. |
| 16 | Penulis | Fauzi, (2022) |
|  | Permasalahan | Minimnya kompetensi SDM tersebut dalam mengelola konten produk dan membuat pelaporan keuangan yang berbasis komputerisasi |
|  | Hasil | Terlaksananya seminar dan pelatihan pengelolaan SDM, memanagement pembuatan laporan keuangan dan memanagement pembuatan konten produk |
| 17 | Penulis | Syafi'ie, (2023) |
|  | Permasalahan | Sebagian dari pelaku UMKM belum sepenuhnya menyadari pentingnya digital marketing, branding produk, desain kemasan dan logo |
|  | Hasil | Menghasilkan desain dalam meningkatkan penjualan produk, lokasi dan nomor penjualan, pemberian merek usaha, label kemasan, dan pengemasan yang menarik |
| 18 | Penulis | Talalu, (2021) |
|  | Permasalahan | Belum maksimal promosi pemasaran secara digital terhadap produk Bumdes |
|  | Hasil | Terlaksnanya promosi pemasaran secara digital perhadap produk BUMDES |
| 19 | Penulis | Pambudi, (2019) |
|  | Permasalahan | Pelaku usaha BUMDesa belum memasarkan produknya melalui media internet/online (Instagram Bisnis, Facebook Bisnis dan Whatshap Bisnis) |
|  | Hasil | Memasarkan produknya melalui media internet dalam penyampaian statement di media online (Instagram Bisnis, Facebook Bisnis dan Whatshap Bisnis) |
| 20 | Penulis |  Gadzali, (2022) |
|  | Permasalahan | Sumber daya manusia belum memanfaatkan pemasaran digital dalam pemasaran danmenjual produk |
|  | Hasil | Terlaksananya, kegiatan pemasaran dilakukan dengan pada fanpage facebook dan media penjualan aplikasi Shoppee |
| 21 | Penulis | Neno, (2023) |
|  | Permasalahan | BUMDes sebagai lembaga sosial yang dituntut harus berdampak bagi kehidupan ekonomi masyarakat desa |
|  | Hasil | Terlaksana kegiatan sosialisasi, pelatihan kewirausahaan, digital marketing dan pembagian paket intervensi |
| 22 | Penulis | Alimuddin, (2023) |
|  | Permasalahan | Penggunaan *Digital* *Marketing* oleh pelaku usaha belum diketahui secara mendalam |
|  | Hasil | Telah dilaksanakan pelatihan alat promosi berbasis *Digital Marketing* secara mendalam |
| 23 | Penulis | Wafda, (2022) |
|  | Permasalahan | Penggunaan *Digital* *Marketing* oleh pelaku usaha belum maksimal |
|  | Hasil | Telah dilaksanakan pelatihan alat promosi berbasis *Digital Marketing* |
| 24 | Penulis | Prasetyo, (2021 |
|  | Permasalahan | Proses pemasaran dan juga penataan laporan transaksi penjualan yang kurang rapi. |
|  | Hasil | Telah dilaksanakan pelatihan alat promosi digital dan pelatihan penyusunan laporan keuangan |

Pembahasan Hasil/Strategi Bumdes-Digital Marketing

Secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa artikel dengan judul terkait BUMDes dengan Digital Marketing telah tercapai sesuai rumusan masalah dan tujuannya masing-masing dan manghasilkan jawaban sesuai permasalahan. Berikut hasil/strategi dari 24 judul terkait, 2 artikel tidak bisa diakses karena data terpisah (suspended) (Lelita dan Lestari).

1. Sakir, (2023) Terwujudnya optimalisasi pemasaran produk BUMDes sebagai media menyampaikan informasi produk BUMDes, akses pasar yang lebih luas, karena dengan adanya platform digital belanjadesa.id dapat menjangkau calon pembeli yang lebih luas tidak terbatas oleh tempat, serta mengurangi kontak fisik produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian produk BUMDes sehingga dapat menjadi akselerasi percepatan pemulihan ekonomi
2. Omi, (2022) Dibuatkan Akun Media Sosial sebagai media promosi sehingga BUMDes serta warga dapat berkembang mengikuti perkembangan teknologi yang ada dan sosialisasi di berharapkan bahwa BUMDes dan UMKM dapat berkembang dalam memasarkan produk-produknya melalui digital marketing bukan hanya mempromosikan secara offline namun mereka diarahkan untuk mempromosikan produknya melalui sosial media yang tersedia saat ini. Seperti facebook, Instagram, Shopee, dan lain sebagainya.
3. Lelita, (2022) Tidak bisa diakses
4. Hidayat, (2023) Terbentuknya kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha lokal, UMKM, dan BumDes mendigitalisasi seluruh produknya hingga terbentuk Desa Ekonomi Digital. peningkatan kapasitas UMKM dalam legalitas, sertifikasi produk dan komersialisasi digital, peningkatan pada pemahaman Masyarakat Desa Pelaku UMKM terhadap peningkatan kapasitas UMKM dalam legalitas merek dagang, peningkatan kapasitas UMKM dalam sertifikasi produk halal dan peningkatan kapasitas UMKM dalam manajemen pemasaran produk lokal
5. 5. Fitriani, (2022) Pemberdayaan kelompok sasaran (BUMDes dan Pelaku Usaha) dengan pendekatan PRA (Partisipatory Rural Appraisal), dengan metode pendidikan, pelatihan, dan pendampingan, serta dilengkapi dengan teknik belajar sambil bekerja, pelatihan kualitas pemanfaatan internet dan pelatihan membangun strategi bisnis melalui digital marketing.
6. 6. Hidayat, (2021) Memberikan pelatihan kepada pengurus BUMDes untuk merapikan pencatatan sesuai standar keuangan serta pelatihan pemasaran secara online sehingga dapat meningkatan kapasitas pengurus BUMDes dan terciptanya akun media sosial untuk pemasaran usaha yang dimiliki BUMDes
7. Fitrianingsih, (2023) Memberikan pelatihan kepada para pengelola BUMDes tentang labelling dan packaging suatu produk guna menarik perhatian konsumen dan memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital melalui situs jual beli online, seperti cara memasarkan produk melalui e-commerce, marketplace, Shopee, Tokopedia dan lain lain.
8. Rohim, (2021) Pengurus BUMDes mampu mengelola pencatatan keuangan BUMDes secara baik dan benar serta mampu menciptakan usaha-usaha lain yang kreatif dan inovatif. Pembuatan marketplace Batik Menco sehingga produk Batik Menco lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia.
9. Dewi, (2023) Peserta mengalami peningkatan dalam ilmu pengetahuan dan pemahamannya dalam mengelola usaha UMKM dimulai dari sistem pemasaran yang berganti dari tradisional menjadi digital, pembuatan laporan sederhana dengan menggunakan software MS. Excel dan penerapan perencanaan keuangan yang akurat dan transparan
10. Yuliana, (2023) Pelatihan digital marketing pada BUMDes dengan fokus pada persiapan produk, mengelola konten di media digital dan meningkatkan traffic hasil pelatihan berupa konten dan brand/logo usaha bisnis kreatif, sehigga masyarakat mendapatkan wawasan dan edukasi sebagai pelaku usaha bisnis kreatif dalam meningkatkan promosi produk berbasis digitalisasi
11. Lestari, (2023) Tidak bisa diakses
12. Herman, (2023) Peserta mendapatkan pelatihan lebih mendalam mengenai konsep digital marketing, dengan materi meliputi penggunaan media sosial, pembuatan konten menarik, teknik SEO, dan strategi kampanye digital yang disajikan dalam bentuk presentasi, diskusi, dan contoh kasus
13. Padil, (2021) Pendampingan pelatihan dari berbagai pihak untuk membuka peluang pemasaran usaha pasar online dengan berbagai usaha masyarakat desa dan BUMDes yang akan berdampak terhadap pendampingan pelatihan lanjutan untuk menyiapkan berbagai program pengembangan usaha, yaitu mempersiapkan pelatihan produksi dan kelayakan usaha, pelatihan pengemasan produk, pelatihan pemasaran hasil usaha dan pengelolaan keuangan
14. Rohim, (2022) Pendampingan Sosialisasi pemasaran digial dan pelatihan strategi promosi berbasis online yang dihadiri oleh 20 peserta UMKM dan pegawai pemerintahan desa
15. Harya, (2023) Mengembangkan dan menyiapkan anggaran desa untuk pelatihan atau pembekalan dalam membuat logo UMKM, pembuatan kemasan, pembuatan media social pembuatan website, pembuatan foto dan video yang menarik dan pembuatan website Linktree berkualitas untuk memperluas jangkauan pasar.
16. Fauzi, (2022) Membimbing dalam melakukan pembuatan konten produk menggunakan aplikasi Canva, meningkatkan mutu sumber daya manusia, serta pengelolaan manajemen keuangan dan pelaporan akuntansi yang transparan dan akuntabel. menumbuhkan kreatifitas, pembuatan konten, laporan keuangan dan inovasi wirausaha berkelanjutan. Pengembangan ekonomi kreatif yang memberikan wadah yang sebesar-besarnya bagi para pelaku usaha BUMDes membutuhkan dukungan ide inovatif yang sekaligus membentuk wawasan wirausahawan yang mendukung pada keberlangsungan ekonomi yang mandiri. Bentuk kegiatan ini adalah seminar dan pelatihan. Materi kegiatan ini meliputi, antara lain : 1). pengelolaan SDM, 2) memanagement pembuatan laporan keuangan, 3) memanagement pembuatan konten produk
17. Syafi’ie, (2023) Pendampingan yang diawali dengan berkonsultasi langsung pada BUMDES terkait pembuatan, pentingnya logo usaha, label kemasan, dan desain kemasan yang menarik. Hasil dari kegiatan ini berupa desain dan strategi dalam meningkatkan penjualan produk berupa informasi terkait lokasi dan nomor penjualan, pemberian merek usaha, label kemasan, dan pengemasan yang menarik
18. Talalu, (2021) Promosi dilakukan dengan tujuan agar atraksi wisata dikenal luas dan dikunjungi. BUMDes “Go Inovasi” menentukan digital marketing sebagai metode promosi dengan memperhatikan khalayak sasaran, tujuan, pesan, media, sumber pesan, dan biaya. Keterbatasan akses jaringan internet dan minimnya perlengkapan penunjang serta SDM promosi menjadi kendala dalam pengaplikasian digital marketing
19. Pambudi, (2019) Pemasaran melalui digital marketing yang dilakukan oleh pelaku usaha BUMDesa yaitu penyampaian positioning statement di setiap postingan Facebook dan Instagram serta menjalin hubungan dengan pelanggan secara fast respond (cepat tanggap) di media sosial. Strategi tersebut dapat membangun dan mempengaruhi kesadaran merek pada konsumen atau calon konsumen sehingga mereka familiar dengan eksistensi merek (brand)
20. Gadzali, (2022) Pemberian pelatihan pembuatan fan page facebook dan pemanfaatan e-marketplace dengan menggunakan aplikasi Shopee. Kegiatan tersebut dilaksanakan untuk mempermudah pengembangan usaha, potensi pasar yang sangat luas dan memberikan berbagai promo. Dengan banyaknya keuntungan yang diperoleh pelaku usaha di Desa Sindanglaya
21. Neno, (2023) Peran sosial BUMDes yang ditandai dengan kembali beraktifitasnya kelompok-kelompok binaan BUMDes melalui sebuah desain program kegiatan yang terencana juga sebagai sarana memperkenalkan metode penjualan produk secara online kepada masyarakat
22. Alimuddin, (2023) sumber daya yang dimiliki BUMDes mencakup website pemasaran dan platform media sosial BUMDes. Untuk Digital Marketing, media sosial tidak hanya digunakan untuk BUMDes, tetapi juga dimiliki oleh pekerja BUMDes. Penjualan produk BUMDes di meningkat sebagai hasil dari meningkatnya jangkauan promosi produk
23. Wafda, (2022) Sumber daya BUMDes tidak hanya mencakup situs web pemasaran tetapi juga platform media sosial yang dikendalikan oleh BUMDes. Media sosial yang dimanfaatkan untuk pemasaran digital tidak hanya mengandalkan media sosial yang dibuat khusus untuk BUMDes tetapi juga media sosial yang dimiliki oleh para pekerja BUMDes. Akibat peningkatan jangkauan promosi produk, penjualan produk dari BUMDes meningkat
24. Prasetyo, (2021) Melakukan kegiatan membantu proses pemasaran produk dan juga membantu pembenahan administrasi transaksi penjualan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) diantaranya pembuatan banner, pembuatan akun media sosial, pelatihan editing video secara online, penyusunan laporan transaksi penjualan dan Pembuatan logo BUMDes.

**KESIMPULAN**

Hasil penelitian dengan metode Systematic Literatur Review (SLR) dari seluruh artikel yang terdapat pada jurnal yang sudah dipublikasikan sejak tahun 2014-2023

1. Menghasilkan artikel dengan 10 judul terkait BUMDes dengan ekonomi kreatif dan 24 Judul terkait BUMDes dengan Digital Marketing.
2. Telah tercapai jawaban sesuai rumusan masalah dan tujuannya masing-masing serta manghasilkan jawaban sesuai permasalahan, secara keseluruhan BUMDes telah menerapkan ekonomi kreatif sebagai wadah kreatifitas potensi masyarakat yang dapat membantu pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat dan digital marketing sebagai alat pemasaran hasil kreatifitas
3. BUMDes telah melakukan strategi yang sebesar-besarnya untuk kesejahteraan masyarakat desa dengan cara mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan, dan/atau menyediakan jenis usaha.

**SARAN**

Hasil penelitian dengan metode Systematic Literatur Review (SLR) dari seluruh artikel yang terdapat pada jurnal yang sudah dipublikasikan sejak tahun 2014-2023 dihasilkan saran:

1. Meskipun dengan menggunakan aplikasi publish or perish diharapkan menggunakan mesin pencarian yang lain sebagai pembanding.
2. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan sumber yang lebih banyak dan lebih beragam agar penelitian lebih maksimal
3. Peneliti selanjutnya disarankan agar tujuan dari strategi BUMDes supaya mengacu kepada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 11 Tahun 2021 Tentang Badan Usaha Milik Desa

**REFERENCES**

Alimuddin, H., Abdullah, A., & Razak, F. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *Jurnal IPMAS*, *3*(3), 174–182.

Aprillia, A. R., Cahyono, D., & Nastiti, A. S. (2021). Systematic Literature Review (SLR): Keberhasilan dan Kegagalan Kinerja Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, *1*(1), 35–44.

Dewi, N. K., & Widyastuti, T. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku UMKM di BUMDes Desa cikolelet, Kab. Serang â€“Banten. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 151–158.

Elsi, S. D., & Bafadhal, F. (2019). Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Bumdes Di Desa Tanjung Lanjut Sekernan Muaro Jambi. *Rambideun: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 33–37. https://repository.unja.ac.id/18543/

Fauzi, I., Ariani, D., & Rachmawati, M. (2022). Membangun Kompetensi Sdm, Konten Produk Dan Laporan Keuangan Pada Bumdes Maju Rahayu Kabupaten Semarang. *Jurnal Bakti Humaniora*, *2*(2), 1–7.

Febriandani, M. S., & Utomo, D. C. (2022). Systematic Literature Review: Penyebab Kecurangan. *Diponegoro Journal of Accounting*, *11*(4). https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/36362

Fitriani, L. K., Wachjuni, W., Kuntara, T. M., & ... (2022). PENDAMPINGAN PENGELOLAAN, LEGALITAS DAN DIGITAL MARKETING BUMDes DAN UKM DESA BINAAN MANISLOR, KEC. JALAKSANA KAB. KUNINGAN. *… Journal of Community …*.

Fitriani, L. K., Wachjuni, W., Kuntara, T. M., Lesmana, I., & Layla, A. (2022). PENDAMPINGAN PENGELOLAAN, LEGALITAS DAN DIGITAL MARKETING BUMDes DAN UKM DESA BINAAN MANISLOR, KEC. JALAKSANA KAB. KUNINGAN. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, *2*(1), 30–36. https://doi.org/10.53067/icjcs.v2i1.53

Fitrianingsih, A., Hasanudin, C., Rahmawati, O. I., Khoirotunnisa, A. U., & Sinaga, S. J. (2023). Pendampingan Kewirausahaan melalui Digital Marketing bagi Pengelola BUMDes Ngorogunung. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian, Pengabdian, Dan Diseminasi*, *1*(1), 443–447. https://prosiding.ikippgribojonegoro.ac.id/index.php/SNHPP/article/view/1549

Gadzali, S. S., Trihatmojo, R., Octavia, D. I., & Fitaloka, V. (n.d.). *Community Economic Empowerment Through Human Resources Development in Digital Marketing Implementation BUMDES and MSMEs in Sindanglaya*.

Gunawan, A. (2019). The book of digital marketing. *Celebes Media Perkasa*.

Hamzah, H., Yusuf, M., & Said, M. (2022). OPTIMALISASI PELAYANAN APARATUR SIPIL NEGARA PASCA GEMPA BUMI: STUDI KASUS: PADA SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI SULAWESI BARAT. *Jurnal Paradigma Administrasi Negara*, *4*(2), 91–98. https://journal.unibos.ac.id/paradigma/article/view/1489

Harya, G. I., Fadil, C., & Kusumastuti, E. (2023). Penguatan Skill Berwirausaha UMKM dengan Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Social Media di Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, *2*(9).

Hayati, K. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Sinergisitas Dengan Bumdes Dan Desa Pintar (Smart Village). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 170–182. https://doi.org/10.23960/jbm.v17i3.417

Herman, B., Haslindah, H., Anwar, M. A., Mursalat, A., & Mutmainnah, M. (2023). PEMBERDAYAAN BUMDES MELALUI EDUKASI DIGITAL MARKETING DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *7*(6), 5333–5343. https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.17584

Hibatullah, A., & Shodiqin, A. (2021). BUMDes dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, *6*(4).

Hidayat, M. N., Febrianto, A. F., Mundir, A., Akil, A. I., Nisa, C., Amelia, L., Yanuar, R. A., & Nabila, U. (2023). PKM Pengembangan Desa Ekonomi Digital melalui Pendampingan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam Sertifikasi, Komersialisasi, dan Digitalisasi Produk Lokal Desa Clarak Kabupaten Probolinggo. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, *4*(3), 264–285. https://doi.org/10.33650/guyub.v4i3.6850

Jenderal, T. S. K. K. D., & Riset, P. (2021). Keberadaan Bumdes Sebagai Institusionalisasi Struktur Ekonomi Desa (Studi di Desa Grenden, Pfluger Kabupaten Jember). *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, *18*(1), 50–61.

Kader, M. A., & Setianingsih, W. (2018). Penerapan Digital Marketing Melalui Fans Page Untuk Mentarget Pasar Sasaran Pada Usaha Mikro Di Desa Cicapar. *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen*, *5*(1), 265–272.

Karyaningtyas, S. (2018). Pengembangan badan usaha milik desa berbasis potensi desa dan ekonomi kreatif. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, *1*(1). https://doi.org/10.37849/mipi.v1i1.97

Latifah, L., & Ritonga, I. (2020). Systematic Literature Review (SLR): Kompetensi Sumber Daya Insani Bagi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, *2*(1), 63–80. https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2763

Lelita, N. (2022). PEMASARAN DIGITAL PRODUK EMPING MELINJO PADA PELAKU BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES). *Marlborough: Journal of Community Service*, *1*(1), 7–12. https://journal.pdmbengkulu.org/index.php/Marlborough/article/view/494

Lestari, A. A. (2023). OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING PRODUK BUMDES LOLO GEDANG KECAMATAN BUKIT KERMAN KABUPATEN KERINCI. *JURNAL ABDIMAS SAKTI (JAS)*, *5*(2), 44–49.

Muhdiyanto, M., Ningrum, I. N. K., Zahra, N. A., Damayanti, A. P., Manfaaturohmansyah, F. N., & Alfarizy, R. I. (2022). Peningkatan Potensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Wujud Ekonomi Kreatif Desa Trasan. *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(6), 327–331. https://www.edumediasolution.com/society/article/view/153

Naim, A., & Al Ghamdi, K. (2023). Understanding digital marketing: An exemplary approach. In *Global Applications of the Internet of Things in Digital Marketing* (pp. 94–122). IGI Global.

Neno, M. S., Goetha, S., & Makandolu, S. M. (2023). Pemberdayaan BUMDes Nekaf Mese Melalui Optimalisasi Fungsi Sosial BUMDes. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(4), 3158–3165.

Nuryanti, I. (2019). Strategi pengembangan badan usaha milik desa (bumdes) kasus di bumdes mitra sejahtera desa cibunut kecamatan argapura kabupaten majalengka. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, *3*(2), 348–359.

Padil, M., Miftahusyai’an, M., & Mulyoto, G. P. (2021). Pendampingan pemasaran digital hasil usaha badan usaha milik desa “Selo Angon Makmur” dalam pemberdayaan masyarakat terdampak pandemi covid-19. *ENGAGEMENT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 250–267. http://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/view/511

Pambudi, B. S., & Suyono, S. (2019). Digital Marketing As An Integrated Marketing Communication Strategy In Badan Usaha Milik Desa (BUMdesa) In East Java. *Competence: Journal of Management Studies*, *13*(2), 121–151.

Pramiana, O., & Gilang, M. R. (2022). Pendampingan Digital Marketing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Puri Makmur Guna Optimalisasi Pemasaran. *COMVICE: Journal Of Community Service*, *6*(1), 5–12. https://doi.org/10.26533/comvice.v6i1.858

Prasetyo, D. W., Purwanto, N., & Zairobi, F. (2021). Pendampingan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Pengelola Badan Usaha Milik Desa Bung Hatta. *Prosiding Snebdewa*, *1*(1).

Probosari, N., Murdianingrum, S. L., & Ardhanariswari, K. A. (2023). DIGITAL TRANSFORMATION BAGI PELAKU EKONOMI KREATIF BINAAN BUMDES BUGISAN, PRAMBANAN, KLATEN, JAWA TENGAH. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, *8*(1). http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/prosidingLPPM/article/view/11144

Putra, D., Irawati, A., Swissia, P., Yusndera, M. A. E., & Sudibyo, N. H. (2022). Peningkatan Ekonomi Kreatif dalam Pemanfaatan BUMDes Melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana di Desa Cinta Mulya Kecamatan Sidomulyo, Lampung Selatan. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 175–181. https://ojs.stiami.ac.id/index.php/jks/article/view/1995

RATNAWATI, S., & PRAJITNO, N. T. (2021). Pengelolaan Desa Wisata Bumdes Berbasis Ekonomi Kreatifdan Kearifan Lokal Di Desa Karangrejo Kecamatan Purwosari Pasuruan. *Jurnal Abdi Bhayangkara*, *3*(02), 1005–1012. http://ejournal.lppm.ubhara.id/index.php/jurnal\_abdi/article/view/175

Rohim, A., & Salsabila, N. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Guna Sinergitas Bumdes Dan Pelaku UMKM. *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, *4*(1), 127–132.

Rohim, A., Subagyo, J. M., & Kurniawan, R. A. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Batik Menco Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bhakti Mulur Sumbergondang. *Prosiding Snebdewa*, *1*(1).

Rukmana, N. S., Aina, A. N., Johansyah, O. N. P., Manda, D., & Halim, D. (2023). Penguatan Kelembagaan BUMDes: Upaya Meningkatkan Potensi Ekonomi Kreatif di Pulau Lakkang. *GLOBAL ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(2), 47–53. http://journal.intelekmadani.org/index.php/globalabdimas/article/view/461

Sakir, S., Ishak, A., & Setianingrum, R. B. (2023). Optimalisasi Pemasaran Produk BUMDesa Melalui Pendampingan Pembuatan Platform Digital belanjadesa. id. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, *4*(1), 1–14. https://doi.org/10.37680/amalee.v4i1.1834

Saputra, R. (2017). Peranan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sebagai Implementasi Ekonomi Kreatif Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Desa Jalancagak Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 15–31. https://doi.org/10.33701/jt.v9i1.607

Syafi’ie, I., Hamzah, M. A., Rizal, S., Ahmad, K., Wadud, A., Wesilah, S., Abdillah, F. R., Faisol, M., Fawaid, A., & Firdaus, A. N. F. (2023). PENDAMPINGAN PEMBUATAN DIGITAL BRANDING DAN DIGITAL MARKETING UMKM BUMDES DESA BRANTA PESISIR. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat (SENIAS)*, *7*(1), 48–54.

Syam, M. A., Djaddang, S., Salim, F., & Rachbini, W. (2021). Kick Off Peningkatan Potensi Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Koperasi, Bumdes dan UKM Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Soppeng. *CAPACITAREA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(01), 1–11. https://doi.org/10.35814/capacitarea.2021.001.01.1

Talalu, T. R., Putri, C. F. I. L. D., & Mokodompit, I. V. (2021). Digital Marketing: Metode Utama Komunikasi Pemasaran Atraksi Wisata Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *ETTISAL: Journal of Communication*, *6*(2), 215–224.

Wafda, A., & Anggraini, R. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Kabupaten Soppeng. *Jurnal IPMAS*, *2*(3), 117–125.

Yuliana, Y., Siahaan, S. V., & Kontesta, R. P. (2023). Pelatihan Digital Marketing Pada Bumdes Guna Peningkatan Usaha Bisnis Kreatif Berbasis Digitalisasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, *6*(1), 135–140. https://jurnal.stmikroyal.ac.id/index.php/jurdimas/article/view/1964