

Histori Naskah

Diserahkan : 13 Agustus 2024
Direvisi : 25 Agustus 2024
Diterima : 27 Agustus 2024

Penguatan Kapasitas Potensi BUMDes melalui Literasi Digital dan Pemanfaatan Media Sosial

Yes Matheos Lasarus Malaikosa¹, Muhammad Afifuddin Ghozali², Citra Fitri Kholidya³, Monica Widyaswari⁴, Rezki Nurma Fitria⁵, Atan Pramana⁶

¹Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

²Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

³Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

⁴Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

⁵Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

⁶Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

*Corresponding Author: e-mail: matheosmalaikosa@unesa.ac.id

ABSTRACT

The problems often faced by Village-Owned Enterprises (BUMDes) are a lack of understanding in business management and limited access to digital technology. This PKM aims to increase the management capacity of BUMDes by emphasizing digital literacy and the use of social media as an effective marketing strategy. It is hoped that BUMDes can be more adaptive to market changes and be able to increase the competitiveness and welfare of the village community. This activity was carried out in Pajaran Village through intensive training and mentoring for three months. Before the program started, BUMDes managers experienced limitations in digital literacy and had not used social media optimally. After the program was implemented, there was a significant increase in the ability of managers to use social media for marketing. The number of social media followers increased by 50%, and the engagement rate increased from 10% to 50%. In addition, revenue from online sales increased from 5% to 30%. The program also faces challenges, such as adaptation to new technologies and limited digital infrastructure in the village. Overall, this program has succeeded in increasing the management capacity of BUMDes in utilizing digital technology, which has a positive impact on product visibility and village economic growth. To ensure sustainability, it is recommended that there be advanced training, continuous mentoring, and improvement of digital infrastructure in the village. These results show the

great potential of digital technology in developing the village economy through BUMDes.

Keywords: village-owned enterprises, digital literacy, social media, digital marketing, village economy.

ABSTRAK

Masalah yang sering dihadapi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah kurangnya pemahaman dalam pengelolaan usaha serta keterbatasan akses terhadap teknologi digital. PKM ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan BUMDes dengan menekankan literasi digital dan pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran yang efektif. Diharapkan, BUMDes dapat lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu meningkatkan daya saing serta kesejahteraan masyarakat desa. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Pajaran melalui pelatihan dan pendampingan intensif selama tiga bulan. Sebelum program dimulai, pengelola BUMDes mengalami keterbatasan dalam literasi digital dan belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Setelah program dilaksanakan, terjadi peningkatan signifikan dalam kemampuan pengelola menggunakan media sosial untuk pemasaran. Jumlah pengikut media sosial meningkat hingga 50%, dan tingkat keterlibatan (engagement rate) naik dari 10% menjadi 50%. Selain itu, pendapatan dari penjualan online meningkat dari 5% menjadi 30%. Program ini juga menghadapi tantangan, seperti adaptasi terhadap teknologi baru dan keterbatasan infrastruktur digital di desa. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas pengelolaan BUMDes dalam memanfaatkan teknologi digital, yang berdampak positif pada visibilitas produk dan pertumbuhan ekonomi desa. Untuk memastikan keberlanjutan, direkomendasikan adanya pelatihan lanjutan, pendampingan terus-menerus, serta peningkatan infrastruktur digital di desa. Hasil ini menunjukkan potensi besar teknologi digital dalam mengembangkan ekonomi desa melalui BUMDes.

Kata Kunci: BUMDes, literasi digital, media sosial, pemasaran digital, ekonomi desa.

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memegang peranan strategis dalam memajukan perekonomian di tingkat desa melalui pemanfaatan sumber daya lokal. Didirikan dan dikelola oleh masyarakat desa, BUMDes berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi yang bertujuan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pembangunan berkelanjutan. Meski memiliki potensi yang besar, sejumlah BUMDes masih menghadapi kendala dalam mengoptimalkan peran strategisnya, terutama dalam menghadapi tantangan era digital (Agus Diana & Sari, 2024; Fahrianoor & Hidayat, 2022).

Era digital menghadirkan perubahan signifikan dalam cara pengelolaan usaha, dengan penguasaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi kunci keberhasilan (Ardiansyah Syam & Djaddang,

2020a; Dama, 2022; Ibrahim et al., 2023). Literasi digital, yang mencakup kemampuan untuk memahami dan menggunakan teknologi digital secara efektif, menjadi kebutuhan mendesak bagi pengelola BUMDes. Kemampuan ini penting untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing produk BUMDes di pasar yang semakin kompetitif (Blongkod et al., 2024; Irawan et al., 2023a; Wuryandini et al., 2024).

Data menunjukkan bahwa banyak pengelola BUMDes masih terbatas dalam literasi digital. Rendahnya pemanfaatan teknologi dan media sosial dalam aktivitas bisnis berdampak pada keterbatasan kemampuan mereka dalam memaksimalkan potensi digital yang ada. Keterampilan digital yang rendah menghambat pengelola BUMDes dalam mengelola informasi dan teknologi secara efektif (Ardiansyah Syam & Djaddang, 2020b; Rijal et al., 2022), yang pada akhirnya mempengaruhi performa dan pertumbuhan bisnis mereka.

Pemanfaatan media sosial sebagai platform pemasaran digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas produk, menjangkau pasar yang lebih luas, dan membangun brand awareness. Media sosial menawarkan alat yang kuat untuk pemasaran dengan biaya yang relatif rendah. Namun, banyak BUMDes yang belum menggarap potensi ini secara optimal, sering kali disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola media sosial.

Kendala dalam mengelola media sosial dapat menghambat pengelola BUMDes dalam memanfaatkan peluang yang ada. Tanpa strategi pemasaran digital yang efektif, produk BUMDes mungkin tidak mencapai audiens yang lebih luas, yang berakibat pada rendahnya penjualan dan pendapatan (Kamal, 2024; Khairani et al., 2021). Oleh karena itu, penguatan kapasitas pengelola BUMDes melalui literasi digital dan pemanfaatan media sosial sangat penting untuk mengatasi tantangan ini.

Literasi digital yang baik memungkinkan pengelola BUMDes untuk mengelola informasi dan teknologi dengan lebih efektif. Pelatihan dalam literasi digital dapat membantu pengelola BUMDes mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Program pendampingan yang telah dilakukan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan pengelola BUMDes setelah diberikan pelatihan dan pendampingan intensif (Ardiansyah Syam & Djaddang, 2020b).

Berbagai penelitian sebelumnya mengkaji pentingnya literasi digital dan pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kapasitas dan kinerja organisasi. Studi oleh Sari et al. (2021) menunjukkan bahwa literasi digital berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan literasi digital dapat membantu masyarakat desa, (Irawan et al., 2023b) termasuk pengelola BUMDes, untuk mengakses informasi pasar, berinovasi dalam produk, serta meningkatkan efisiensi operasional (Saidah et al., 2022; Wijaya et al., 2022). Subejo et al., (2021) mengkaji bagaimana pemanfaatan media

sosial dapat membantu usaha kecil dan menengah (UKM) dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan (Ardiansyah Syam & Djaddang, 2020c). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara strategis, (Zulbetti et al., 2019) seperti melalui konten menarik dan interaksi aktif dengan konsumen, dapat memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Temuan ini relevan untuk BUMDes yang menghadapi tantangan serupa dalam mengoptimalkan pemasaran produk mereka. Penelitian Yuniarta et al., (2022) secara khusus mengkaji implementasi strategi pemasaran digital di BUMDes dan dampaknya terhadap peningkatan kinerja bisnis (Mahardhika et al., 2022; Pengabdian & Isei, 2024). Studi ini menunjukkan bahwa BUMDes yang berhasil mengadopsi pemasaran digital mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pelanggan dan pendapatan. Penekanan pada pelatihan dan pendampingan berkelanjutan juga menjadi aspek penting untuk memastikan pengelola BUMDes mampu mengikuti perkembangan teknologi. Umiyati et al., (2024) mengeksplorasi pengembangan kapasitas manajerial di BUMDes melalui pelatihan dan pendampingan. Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan kapasitas manajerial, termasuk dalam literasi digital dan strategi pemasaran, berdampak positif pada keberlanjutan dan kinerja BUMDes. Dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga dinilai penting dalam proses pengembangan kapasitas tersebut (Ridwansyah et al., 2021; Umiyati et al., 2024).

Penelitian-penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk mengembangkan strategi efektif dalam penguatan kapasitas BUMDes di era digital. Dengan memahami dan mengadopsi teknologi digital, pengelola BUMDes dapat mengoptimalkan potensi ekonomi desa serta menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi masyarakat. Temuan ini menjadi landasan penting bagi penelitian ini untuk mengeksplorasi bagaimana literasi digital dan pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan kinerja BUMDes secara berkelanjutan.

TAHAPAN DAN METODE KEGIATAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Tahap awal dimulai dengan analisis kebutuhan (needs assessment) untuk mengidentifikasi tingkat literasi digital dan pemanfaatan media sosial oleh pengelola BUMDes. Melalui survei dan wawancara, data diperoleh mengenai kendala yang dihadapi serta area yang memerlukan peningkatan (Sugiyono, 2013). Hasil dari tahap ini menjadi dasar perancangan program pelatihan dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mitra.

Setelah analisis kebutuhan, program berlanjut dengan pelatihan intensif dalam literasi digital dan strategi pemasaran digital menggunakan media sosial (Brinkerhoff, 2001; Gustafson & Branch, 2002). Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan pengelola BUMDes dalam mengoperasikan perangkat digital, mengelola akun media sosial, serta

menciptakan konten pemasaran yang menarik. Selain pelatihan, pendampingan langsung dilakukan untuk membantu pengelola dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam praktik sehari-hari. Tahap akhir program melibatkan monitoring dan evaluasi yang bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan dan pendampingan, serta memastikan keberlanjutan program. Evaluasi dilakukan dengan mengukur peningkatan kinerja media sosial, perubahan dalam visibilitas produk, dan dampak pada pendapatan BUMDes. Hasil evaluasi ini digunakan untuk menyusun laporan akhir dan memberikan rekomendasi tindak lanjut yang dapat diadopsi oleh BUMDes lain. Dengan metode yang sistematis dan berkelanjutan ini, PKM diharapkan mampu memberikan dampak signifikan pada penguatan kapasitas pengelolaan BUMDes di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil PKM

Berikut adalah tabel hasil survei skala Likert yang menggambarkan perubahan sebelum dan setelah pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) terkait literasi digital dan pemanfaatan media sosial oleh pengelola BUMDes:

Tabel 1. Hasil PkM Penguatan BUMDes

Aspek	Sebelum Program	Setelah Program
Literasi Digital	Dasar	Menengah-Tinggi
Penggunaan Media Sosial	Terbatas	Optimal
Jumlah Pengikut Media Sosial	200	300
Engagement Rate (%)	10%	50%
Pendapatan dari Penjualan Online (%)	5%	30%

Tabel 2: Keterampilan Literasi Digital Pengelola BUMDes

Aspek	Sebelum PKM	Setelah PKM	Perubahan (%)
Pemahaman Dasar Teknologi	3.0 (Tinggi)	4.2 (Sangat Tinggi)	+40%
Kemampuan Menggunakan Perangkat Lunak	2.5 (Sedang)	4.0 (Tinggi)	+60%
Kemampuan Mengelola Data	2.8 (Sedang)	4.1 (Tinggi)	+46%
Kenyamanan Menggunakan Internet	3.2 (Tinggi)	4.3 (Sangat Tinggi)	+34%

Tabel 3: Pemanfaatan Media Sosial oleh BUMDes

Aspek	Sebelum PKM	Setelah PKM	Perubahan (%)
Jumlah Pengikut Media Sosial	150	225	+50%
Engagement Rate	10%	50%	+400%
Frekuensi Postingan	2 kali/minggu	4 kali/minggu	+100%

Kualitas Konten	2.7 (Sedang)	4.0 (Tinggi)	+48%
-----------------	--------------	--------------	------

Tabel 4: Dampak terhadap Pendapatan dari Penjualan Online

Aspek	Sebelum PKM	Setelah PKM	Perubahan (%)
Persentase Pendapatan Online	5%	30%	+500%
Jumlah Transaksi Online	10 transaksi/bulan	50 transaksi/bulan	+400%

B. Pembahasan

Hasil survei mengindikasikan bahwa Program Kemitraan Masyarakat (PKM) efektif dalam meningkatkan kapasitas pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) (Dian Hikmawan & Nurrohman, 2022; Ridwansyah et al., 2021). Sebelum pelaksanaan program, keterampilan literasi digital pengelola BUMDes masih terbatas, dengan skor rata-rata pemahaman dasar teknologi hanya mencapai 3.0 (Tinggi) pada skala Likert. Program ini berhasil meningkatkan skor tersebut menjadi 4.2 (Sangat Tinggi), mencerminkan kemajuan sebesar 40%. Peningkatan juga terlihat pada kemampuan menggunakan perangkat lunak dan mengelola data, masing-masing mengalami kenaikan 60% dan 46%, menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam memperkuat keterampilan dasar teknologi digital pengelola.

Perbaikan signifikan terjadi pada pemanfaatan media sosial oleh BUMDes. Sebelum pelaksanaan PKM, jumlah pengikut media sosial tercatat 150, sedangkan setelah program jumlah pengikut meningkat menjadi 225, menunjukkan kenaikan 50%. Engagement rate mengalami lonjakan dari 10% menjadi 50%, menandakan peningkatan 400% dalam interaksi pengguna dengan konten. Konsistensi postingan juga meningkat, dari 2 kali per minggu menjadi 4 kali per minggu, menunjukkan bahwa pengelola BUMDes kini lebih aktif dan strategis dalam pemasaran digital.

Kenaikan yang signifikan pada jumlah pengikut dan engagement rate menggambarkan kemampuan pengelola BUMDes dalam menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan. Aktivitas yang lebih sering dalam postingan media sosial berkontribusi pada peningkatan visibilitas produk, yang pada gilirannya meningkatkan keterlibatan audiens dengan brand BUMDes. Peningkatan ini mencerminkan penerapan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan berdampak positif pada citra serta daya tarik produk (Agus Diana & Sari, 2024; Saidah et al., 2022).

Dampak ekonomi dari program ini juga sangat signifikan. Persentase pendapatan dari penjualan online melonjak dari 5% menjadi 30%, meningkat sebesar 500%. Jumlah transaksi online naik dari 10 transaksi per bulan menjadi 50 transaksi per bulan, menunjukkan bahwa pemasaran digital berhasil mendorong penjualan dan pertumbuhan bisnis. Kenaikan pendapatan ini mengonfirmasi efektivitas pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan kinerja finansial BUMDes.

Penerapan literasi digital dan strategi pemasaran melalui media sosial memberikan kontribusi besar terhadap penguatan kapasitas BUMDes (Agus Diana & Sari, 2024; Ribcalia Septiana et al., 2024). Meskipun ada tantangan seperti keterbatasan infrastruktur digital di desa, program ini menunjukkan bahwa dengan dukungan pelatihan yang tepat, pengelola BUMDes dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Kesuksesan ini menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan kinerja BUMDes melalui strategi pemasaran digital.

Hasil PKM ini memperlihatkan bahwa peningkatan literasi digital dan pemanfaatan media sosial dapat mengoptimalkan kinerja ekonomi BUMDes. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan pengelola tetapi juga memberikan dampak positif yang nyata pada per (Kamal, 2024; Ridwansyah et al., 2021)tumbuhan pendapatan dan visibilitas produk. Keberhasilan ini membuktikan bahwa program penguatan kapasitas berbasis digital memiliki potensi besar untuk memberdayakan ekonomi desa secara berkelanjutan.

PENUTUP

Pengabdian Kepada Masyarakat yang berfokus pada penguatan kapasitas potensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) melalui literasi digital dan pemanfaatan media sosial telah berhasil meningkatkan kemampuan pengelola BUMDes dalam mengelola usaha dan memperluas jangkauan pemasaran. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas produk desa dan pertumbuhan ekonomi lokal. Meskipun terdapat tantangan seperti adaptasi teknologi dan keterbatasan infrastruktur digital, hasil yang dicapai menunjukkan bahwa dengan bimbingan yang tepat, teknologi digital dapat menjadi alat yang efektif dalam memberdayakan ekonomi desa. Untuk memastikan keberlanjutan manfaat ini, diperlukan upaya lanjutan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan pengembangan infrastruktur digital di desa.

Peningkatan keterampilan pengelola BUMDes dalam penggunaan teknologi digital terlihat jelas, dengan kemajuan pesat dalam pemahaman dasar teknologi, kemampuan mengoperasikan perangkat lunak, dan pengelolaan data. Pemanfaatan media sosial oleh BUMDes juga menunjukkan kemajuan yang substansial. Kenaikan jumlah pengikut dan engagement rate mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran digital dalam menarik perhatian audiens serta meningkatkan interaksi. Frekuensi postingan yang lebih tinggi serta peningkatan kualitas konten berkontribusi pada visibilitas produk BUMDes.

Dampak ekonomi menunjukkan hasil yang mengesankan dengan peningkatan pendapatan dari penjualan online secara drastis. Pendekatan digital yang diterapkan mampu mendorong pertumbuhan pendapatan dan jumlah transaksi. Program ini memperkuat kapasitas digital pengelola BUMDes serta memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi desa. Kesimpulannya, penguatan literasi digital dan pemanfaatan media sosial merupakan strategi efektif dalam

mengoptimalkan potensi BUMDes serta mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan di tingkat desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Diana, B., & Sari, J. A. (2024). *Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan*.
- Ardiansyah Syam, M., & Djaddang, S. (2020a). Literasi Tatakelola BUMDES (Badan Usaha Milik Desa). *CAPACITAREA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pancasila*, 1, 67–79. <https://doi.org/10.30874/capacitarea.2020.2>
- Blongkod, H., Rasjid, H., & Abdussamad, Z. K. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Literasi Keuangan BUMDes Bagi Pelaku UMK Desa Pesisir*.
- Brinkerhoff, D. A. (2001). Survey of instructional development models, third edition. *TechTrends*, 45(1), 48–50. <https://doi.org/10.1007/BF02763388>
- Dama, H. (2022). PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN BAGI PENGURUS BUMDES DAN KELOMPOK USAHA DI DESA SALILAMA KECAMATAN MANANGGU KAB. BOALEMO PROVINSI GORONTALO. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(5), 1150–1167. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v11i5.12651>
- Dian Hikmawan, M., & Nurrohman, B. (2022). *Galinesa (Gerakan Literasi Internet Desa) Dalam Mendorong Pemanfaatan Marketplace Untuk Pengembangan Usaha Bumdes Desa Cilayang Guha* (Vol. 2, Issue 1). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/komunitas>
- Fahrianoor, & Hidayat, M. N. (2022). Peningkatan Kapasitas Kelompok Sadar Wisata Melalui Pelatihan Literasi Digital. *Jurnal Plakat*.
- Gustafson, K. L., & Branch, R. M. (2002). Survey of Instructional Development Models. Fourth Edition. In *TechTrends* (Vol. 45, pp. 48–50). <https://doi.org/10.1007/BF02763388>
- Ibrahim, M., Karina Andini, F., & Augustin, J. (2023). *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat eISSN* (Vol. 444).
- Irawan, D., Wijaya, G., & Wardoyo, A. E. (2023a). Literasi Keuangan Untuk Pengembangan Bumdes Dengan Pendekatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Journal Of Humanities Community Empowerment*, 1(1), 14–18. <https://doi.org/10.32528/jhce.v1i1.417>
- Irawan, D., Wijaya, G., & Wardoyo, A. E. (2023b). Literasi Keuangan Untuk Pengembangan Bumdes Dengan Pendekatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Journal Of Humanities Community Empowerment*, 1(1), 14–18. <https://doi.org/10.32528/jhce.v1i1.417>
- Kamal, M. F. D. (2024). *PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN BUMDES PRODUK JAHE MERAH KS CAMPERNIK DI DESA KERTARAHARJA*.
- Khairani, L., Santoso, P., & Aktar, S. (2021). *PENGUATAN KAPASITAS PENGELOLA BUMDES MOZAIK DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA “GETEK ONLINE” MELALUI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING GOOGLE MY BUSINESS*. 5(6). <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i6.5762>
- Mahardhika, A., Prasetyo, A., Khasanah, N., & Suprajitno, D. (2022). Literasi Pelaporan Keuangan pada BUMDes Desa Pohkumbang Kabupaten

- Kebumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4).
<https://doi.org/10.52436/1.jpmi.692>
- Pengabdian, J., & Isei, M. (2024). *Increasing Literacy in BUMDes Management and Harmonious Family Finances Peningkatan Literasi Manajemen BUMDes dan Keuangan Keluarga Harmonis*. 2(1), 7–15.
<https://doi.org/abdimasisei.v2i1.242>
- Ribcalia Septiana, A., Ratna Sari Alauddin, M., Triani, N., Farouq Mulku Zahari, A., Ode Asrun Azis, L. R., Astaginy, N., & Author, C. (2024). *LOSARI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sosialisasi Pemanfaatan Media Digital Dalam Meningkatkan Kapasitas Keuangan Desa di Desa Wuloggere Kabupaten Kolaka*.
<http://ojs.losari.or.id/index.php/losari>
- Ridwansyah, M., Hastuti, D., Heriberta, H., Syaparuddin, S., & Emilia, E. (2021). Penguatan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dengan Memaksimalkan Pemanfaatan Berbagai Fasilitas Digital. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 39–48.
<https://doi.org/10.53867/jpm.v1i2.30>
- Rijal, S., Azis, A. A., Chusumastuti, D., Susanto, E., Nirawana, I. W. S., & Legito. (2022). *Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Bagi Masyarakat*.
- Saidah, N., Khasanah, L., Asriyatuzzahra, & Ridloah, S. (2022). Analisis Strategi Kesuksesan Kampung Digital Krandegan dalam Mendukung Program Smart Village. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(2), 123–135.
<https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.2.123-135>
- Subejo, S., Chamidah, N., Nirmalasari, N., Suyoto, S., Hariadi, S. S., Muhamad, M., Selvi, A. M., Siddiq, D. M., Imawan, K., & Isamayana, I. (2021). Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(1), 90.
<https://doi.org/10.22146/jkn.61859>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Umiyati, I., Putri, T. E., Ichi, I., Sugiharto, B., & Nazier, D. M. (2024). Penguatan Literasi Digital Dalam Pemanfaatan Website Pada Badan Usaha Milik Desa Cibogo. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 123–132.
<https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i1.311>
- Wijaya, T. W., Sakir, S., Iqbal, Moch., & Rinaldi, R. (2022). PEMANFAATAN TEKNOLOGI WEBSITE BUMDES TERINTEGRASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENINGKATAN SUMBER INFORMASI. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
<https://doi.org/10.18196/ppm.44.892>
- Wuryandini, A. R., Husain, S. P., & Amaliah, T. H. (2024). Peningkatan eksistensi BUMDes di Desa Taludaa melalui pelatihan tata kelola, literasi keuangan dan pemasaran. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian*

- Pada Masyarakat, 7(1), 35.*
<https://doi.org/10.28989/kacanegara.v7i1.1869>
- Yuniarta, G. A., Purnamawati, I. G. A., & Suwena, K. R. (2022). *OPTIMALISASI POTENSI MASYARAKAT DESA MANISTUTU JEMBRANA MELALUI PROGRAM DESA BINAAN UNTUK Mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.*
- Zulbetti, R., Perwito, & Puspita, V. A. (2019). Upaya Peningkatan Literasi Keuangan Pengurus BUMDES Melalui Pelatihan Keuangan di Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan.*