

## **Branding, Artificial Intelligence, dan Tradisi Berdesa dalam Membangun Kinerja Inovasi BUMDesa**

Endang Purwaningsih<sup>1</sup>, Muhamad Fathurrahman<sup>2</sup>, Basrowi<sup>3</sup>, Nabila Salim<sup>4</sup>,  
Achmad Said Agil<sup>5</sup>

Universitas YARSI, Indonesia<sup>1,2,4,5</sup>

Universitas Bina Bangsa, Indonesia<sup>3</sup>

[e.purwaningsih@yarsi.ac.id](mailto:e.purwaningsih@yarsi.ac.id)<sup>1</sup>, [muhamad.fathurrahman@yarsi.ac.id](mailto:muhamad.fathurrahman@yarsi.ac.id)<sup>2</sup>, [basrowi@binabangsa.ac.id](mailto:basrowi@binabangsa.ac.id)<sup>3</sup>,  
[nabila.salim@students.yarsi.ac.id](mailto:nabila.salim@students.yarsi.ac.id)<sup>4</sup>, [achmad.said@students.yarsi.ac.id](mailto:achmad.said@students.yarsi.ac.id)<sup>5</sup>

---

Submission: 2024-07-30

Received: 2024-09-27

Published: 2024-09-30

---

**Keywords:**

Branding; AI; Village  
Tradition; Innovation;  
BUMDesa; Pandeglang.

**Abstract.** The purpose of this PkM is to empower partners in terms of law, management and technology, the focus of community service is to build an innovative spirit to support brand implementation, the community service team created a company profile website as well as e-commerce bumdeskadumaneuh.com, registered a trademark, while Artificial Intelligence is used to build an innovative creative spirit, which supports brand implementation, which ultimately supports measurable innovation performance from the dimensions of managerial innovation, process and product. Strengthening Village Traditions has an impact on the resilience and sustainability of BUMDesa, so innovation based on village inclusivity supported by the application of AI, branding optimization based on trademark ownership, is expected to be able to boost the commercialization of BUMdesa Kadumaneuh products. This PkM activity has been carried out using training and counseling methods as well as assistance in law, IT, and marketing management. Partner knowledge has also increased by an average of above 30%, and legal, management and technology problems have been resolved well. The outputs achieved are the availability of a web company profile along with e-commerce <https://bumdeskadumaneuh.com> and AI access to support product and service innovation, the registration of the trademarks "Nah&Neh" and "du Maneuh" for pandan mat and Emping Mlinjo producers, improving managerial quality and efficiency, increasing BUMDesa performance, and increasing the empowerment of partner services in the commercialization of micro-business products.

**Kata kunci:**

Branding; AI; Tradisi  
Berdesa; Inovasi;  
BUMDesa; Pandeglang.

**Abstrak.** Tujuan PkM ini adalah untuk memberdayakan mitra baik dari segi hukum, manajemen dan teknologi, fokus pengabdian kepada masyarakat yakni membangun jiwa inovasi guna mendukung brand implementation, Tim abdimas membuatkan web company profile sekaligus e-commerce bumdeskadumaneuh.com, mendaftarkan merek dagang, sedangkan Artificial Intelligence digunakan untuk membangun jiwa

---

kreasi inovasi, yang mendukung brand implementation, yang pada akhirnya mendukung kinerja inovasi yang terukur baik dari dimensi inovasi manajerial, proses dan produk. Penguatan Tradisi Berdesa berpengaruh pada ketahanan dan keberlanjutan BUMDesa, jadi inovasi berbasis inklusivitas desa yang didukung penerapan AI, optimalisasi branding dilandasi kepemilikan merek dagang, diharapkan mampu mendongkrak komersialisasi produk BUMDesa Kadumaneuh. Kegiatan PkM ini telah dilaksanakan dengan metode pelatihan dan penyuluhan serta pendampingan baik hukum, IT, maupun manajemen pemasaran. Pengetahuan mitra pun naik rerata di atas 30%, dan permasalahan hukum, manajemen dan teknologi telah diatasi dengan baik. Luaran tercapai meliputi tersedianya webcompany profile beserta e-commerce <https://bumdeskadumaneuh.com> dan akses AI untuk mendukung inovasi produk dan layanan, terdaftarnya merek dagang "Nah&Neh" dan "du Maneuh" bagi produsen tikar pandan dan Emping Mlinjo, peningkatan kualitas dan efisiensi manajerial, meningkatnya kinerja BUMDesa, dan meningkatnya keberdayaan layanan mitra dalam komersialisasi produk usaha mikro.

---

## 1 Pendahuluan

Desa Kadumaneuh, Pandeglang Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten merupakan Desa Binaan Universitas YARSI, dan Mitra merupakan "BUMDesa SELARAS Kadumaneuh" berdasarkan SK AHU-06185.AH.01.33, dan UMKM produsen emping mlinjo yang tergabung dalam "Kelompok Usaha Bersama Kadumaneuh Berdikari" berdasarkan SK Nomor: 08/KPTS/DS.2013/VI/2022. Baik Perkumpulan UMKM maupun BUMDesa tersebut berdiri tahun 2022, merupakan jenis ekonomi produktif, namun dalam bisnisnya belum sesuai dengan target, kinerja sebatas layanan air bersih. BUMDesa ini yang meliputi SDM *softskill* masih kurang, belum ada layanan pemasaran produk apapun selain air bersih, manajemen sederhana, omzet sangat rendah, keterbatasan UMKM baik produksi, manajemen dan komersialisasinya, dan belum ada sentuhan inovasi dan merek.

Dengan iklim tropis berpengaruh langsung terhadap aktivitas pertanian dan pola tanam di desa ini, produk unggulannya adalah Emping Mlinjo camilan tradisional yang terbuat dari biji melinjo yang diproses menjadi kerupuk. Petani dan buruh tani beralih pekerjaan setelah musim padi berakhir, beralih ke berkebun dan membuat kerupuk melinjo. Selama musim hujan, pengeringan tidak memungkinkan, sehingga tantangan teknologi mendesak. Pemasaran masih dilakukan secara lisan, langsung ke pasar dan produksi dikemas per kilogram dengan pola pikir 'jual apa

adanya'. Praktik manajemen kurang, dan legalitas serta branding belum ditangani.

Desa berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, memberikan perlindungan dan layanan dasar kepada masyarakat. Perlindungan hukum diperlukan, tidak hanya untuk kelengkapan hukum dalam *branding*, tetapi juga untuk mempromosikan produk inovatif (Faradila dan Harahap 2023). Kinerja inovasi diukur dari 3 dimensi yakni inovasi manajerial, proses, dan produk (Kafetzopoulos, Psomas, dan Skalkos 2020). Pengusul berpendapat bahwa produk tentu tidak terlepas dari upaya membuat 'laku, legal dan terkenal'. Artificial Intelligence digunakan untuk membangun jiwa kreasi inovasi, mendukung brand implementation, akhirnya mendukung kinerja inovasi yang terukur baik dari dimensi inovasi manajerial, proses dan produk (Sugiono 2024). Demikian juga permasalahan mindset pengelolanya, perlu diubah supaya bersemangat inovasi terus dilakukan (Samsiyah 2023).

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberdayakan mitra baik dari segi hukum, manajemen maupun teknologi,. Fokus pengabdian kepada masyarakat guna membangun jiwa inovasi, yang mendukung brand implementation, pada akhirnya mendukung kinerja inovasi yang terukur. Penguatan Tradisi Berdesa berpengaruh pada ketahanan dan keberlanjutan BUMDesa (Yudianti, Utama, dan Wibowo 2023), jadi inovasi berbasis inklusivitas desa yang didukung penerapan AI, optimalisasi branding dilandasi kepemilikan merek, diharapkan mampu mendongkrak komersialisasi produk BUMDesa Kadumaneuh. Sejalan dengan MBKM, potensi dosen dan mahasiswa mendukung ketercapaian IKU 2, mahasiswa mendapatkan pengalaman dan meningkatkan kompetensi diri, menumbuhkan empati diri. Mahasiswa belajar untuk meningkatkan komunikasi dan koordinasi dengan *stakeholders* daerah, bahkan menyiapkan persyaratan legalitas yang diperlukan dan aktif dalam perolehannya.

IKU 5 Karya dosen diterapkan, bermanfaat bagi mitra, dan IKU 7 Membangun kelas yang aktif mengelaborasi materi teori dan praktek, memasukkan permasalahan riil mitra di lapangan dan mendiskusikan solusi hukumnya, dan hasilnya dijustifikasi bersama mitra. Hasil final dituangkan dalam materi pembelajaran. Demikian SDGs khususnya pada Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, baik BUMDesa, maupun pelaku UMKM emping mlinjo dan tikan pandan diharapkan secara bertahap meningkat dan bertumbuh kesejahteraan ekonominya, profitnya, dan mampu menyokong PAD, dan Kehidupan sehat dan sejahtera, dengan meningkatnya kompetensi SDM, motivasi untuk

berinovasi, dan dukungan stakeholder yang bersinergi dengan kepentingan masyarakat, diharapkan peran BUMDesa bahu membahu dengan pelaku UMKM dan mampu mewujudkan Desa Kadumaneuh makin sejahtera.

Penggunaan kecerdasan buatan berpotensi memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM di masa mendatang. Penerapan AI tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mendorong aktivitas dan daya saing UMKM di era digital (R dkk. 2024). Kendala yang dihadapi BUMDesa, antara lain kurangnya modal, terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang BUMDesa, rendahnya partisipasi masyarakat dalam memajukan unit usaha yang ada, dan kinerja manajemen yang belum optimal..

Mencermati produk unggulan desa Kadumaneuh yang berwujud emping dan tikar, menurut pengusul seharusnya usaha BUMDesa tidak hanya memfasilitasi pengadaan air saja, namun bersinergi dengan pelaku usaha mikro mengkomersialisasikan unggulan desa. BUMDesa dan UMKM saling memberikan keuntungan. Kunci dalam pengembangan kapasitas organisasi berbasis pemberdayaan masyarakat adalah adanya trust. peran stakeholders baik sebagai policy creator, koordinator, fasilitator, maupun implementor (Nuryanto dkk. 2024).

Perlu koordinasi intensif dengan pemerintah daerah, perlu pendampingan dan kontrol pengelolaan. AI dapat digunakan pengurus BUMDes untuk mengembangkan daya inovasi dan kreasi. hubungan masyarakat sebagai pengguna sekaligus pengawas. Wawancara dengan Indra Sekretaris Desa Kadumaneuh dan Pengurus BUMDesa pun mengiyakan bahwa perlu kerjasama baik pengelola BUMDesa, perangkat desa maupun UMKM (Purwaningsih dan Rahmanto 2013).

Solusi terkait permasalahan legalitas usaha dan branding produk, optimalisasi produk, manajemen, pemasaran, inovasi, digitalisasi, kapasitas sumber daya, dan layanan BUMDesa bisa diatasi dengan kerjasama dengan mitra dan stakeholder BUMDesa, berbasis optimalisasi berat teknologi (Mardhiyaturrositaningsih dkk. 2024).

Masalah mitra dari hulu ke hilir baik produksi, manajemen usaha dan pemasaran sangat pelik. Faktor produksi, produk BUMDesa hanya menyediakan air bersih dengan omzet Rp.200 ribu per bulan, stagnan, sementara Desa Kadumaneuh ini terkenal dengan produk tikar dan emping mlinjo, produsennya melebihi 150 Usaha Mikro. Mereka memproduksi apa adanya, belum ada sentuhan inovasi, tidak ada sentuhan IT, branding, bahkan tidak satupun memiliki merek dagang.

Faktor manajemen, selama ini pengurus BUMDes ber mindset ‘yang penting tidak rugi’, demikian juga UMKM “asal sudah laku saja”, berjalan sendiri-sendiri, Sementara pelaku usaha mikro ini sangat berharap untuk ditampung dalam wadah khusus yang legal dan profit untuk desa (Karim, Ilato, dan Hineo 2021). Aspek Legalitas, tidak ada legal product, perlu dasar untuk membranding produk, berupa merek dagang, bahkan perkumpulan sekedar ada dan koperasi pun tidak ada. Pengetahuan hukum sangat rendah, termasuk hukum transaksi dan legal entity (Hidayat dkk. 2023).

Dalam komersialisasi, pemasaran masih konvensional, penggunaan teknologi informasi juga sebatas yang ada, bersama web profil desa. Akibat keterbatasan akses terhadap branding, IT, inovasi, dan manajemen pemasaran, BUMDesa kurang memiliki utilitas sehingga perlu dioptimalkan perannya (Serdianus dan Toding 2023). Rendahnya penguasaan teknologi tersebut sejalan dengan pola pikir pengelola BUMDesa dan pelaku UMKM yang perlu disikapi secara serius. Untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan daya saing produk unggulan, diperlukan inovasi teknologi (Sari dan Retnaningsih 2020). Penulis sependapat dengan tulisan di atas dan berpendapat perlu adanya diskusi antara penulis, mitra, dan pemangku kepentingan.

Dengan permasalahan dari hulu ke hilir baik produksi, manajemen, maupun pemasaran, teknologi dan legalitas yang sama sekali belum ada, mendorong Tim Pengusul untuk mendarmabaktikan kepakaran Tim agar bermanfaat bagi pemberdayaan mitra. Poin-poin solusi yang ditawarkan mitra telah dijustifikasi bersama antara mitra dengan Tim sebagaimana tercantum dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Solusi yang telah dikerjakan

No	Bidang	Solusi yang ditawarkan dan berhasil dikerjakan Tim
1	Produksi	Ekstensi dari jenis usaha yang sudah ada (hanya air minum), dan perlu peningkatan kuantitas dan kualitas, tidak hanya produk air yang difasilitasi, namun produk emping dan tikar, inovasi seiring peningkatan faktor produksi (modal, teknologi, SDM, SDA). Telah dilakukan pelatihan inovasi produk emping olahan pedas manis dan tas

No	Bidang	Solusi yang ditawarkan dan berhasil dikerjakan Tim
		tikar pandan tanpa jahit, dan merek pun didaftarkan.
2	Manajemen	Perlu peningkatan skill manajerial dan perubahan <i>mindset</i> mitra, pembudayaan tradisi berdesa yang kokoh, dan bantuan  AI menganalisis data mendapatkan insight dari data pelanggan, pasar, dan operasional, memformulasikan strategi dan otomasi administratif. Telah dilakukan pelatihan digital branding
3	Legalitas	Perlu pendaftaran Merek dagang baik produk BUMDesa maupun pelaku UMKM. Telah didaftarkan merek dagang “du Maneh” untuk kelas emping dan “Nah&Neh” untuk tikar pandan.
4	Pemasaran	Perlu perluasan pasar hingga antar kabupaten bahkan wilayah, dan AI digunakan untuk membantu membangun dan mengelola Chatbots.  Web Company Profile diperbaiki sinergi dengan pemodelan AI untuk layanan dari hulu ke hilir
5	Teknologi	Pelatihan dan pendampingan IT Pengurus BUMDesa dalam penerapan AI supaya mendukung inovasi produk hingga layanan UMKM produsen emping, juga produk tikar sekaligus optimalisasi peran BUMDesa

Desa Kadumaneuh ini masih sarat dengan tradisi yang pekat komunal, ramah dan bergotong royong, sejalan dengan Desa menjadi wadah kolektif dalam hidup bernegara dan bermasyarakat, hingga tercipta konsep *Tradisi Berdesa* sebagai konsep hidup bermasyarakat dan bernegara di ranah Desa.

## 2 Metode

Pengabdian dilakukan dengan menggunakan metode tindakan persuasif dan partisipatif, didukung oleh tahapan-tahapan Sosialisasi kegiatan, koordinasi stakeholders, dan pembekalan. Sosialisasi ini sekaligus penyamaan persepsi terkait permasalahan terkini, yang sebelumnya telah dijustifikasi bersama. Pengusul selain berkoordinasi dengan mitra. Metode ini digunakan untuk memberikan motivasi dan menyampaikan materi edukasi kognitif, seperti membangun kesadaran dan pengetahuan tentang hukum, manajemen, branding, strategi pemasaran, TI, dan penerapan AI untuk mendukung inovasi dan *komersialisasi* produk.

Penerapan metode ini mengalokasikan 40% waktu untuk ceramah atau menyampaikan masalah dan solusi yang diusulkan, sedangkan 60% sisanya didedikasikan untuk diskusi dan tanya jawab. Hasil akhirnya adalah komitmen dan kesepakatan antara mitra dan pengusul mengenai pelaksanaan kegiatan dan pencapaian target hasil bagi mitra.

Sasaran kegiatan pengabdian ini meliputi pengurus BIMDesa, pengurus UMKM dan pemerintahan desa. Kegiatan pendampingan dilaksanakan sejak bulan juli sampai dengan september 2024, dengan rentetan kegiatan sebagaimana tabel 2 berikut:

Kegiatan	Output	Waktu
Observasi	Analisis data kebutuhan tentang pelaksanaan pengabdian	Minggu Pertama
Perencanaan	Menyusun strategi implementasi yang mencakup aspek branding, teknologi, dan pelestarian tradisi.	Minggu kedua
Sosialisasi	Pengetahuan tentang perencanaan kegiatan dan luaran yang akan dicapai dalam bentuk web	Minggu ketiga dan empat
Implementasi	Pada implemtasi dosen telah	Minggu kelima

	menyiapkan website untuk menunjang dalam pengelolaan bisnis Bumdes	
Pelatihan	Perangkat Desa, dan Bumdes diberikan pelatihan dengan penguasaan aplikasi dalam bentuk Web	Minggu keenam
Pendampingan	Perangkat desa dan Bumdes mahir dalam menggunakan aplikasi Web dan Artificial Intelligence	Minggu ketujuh
Monitoring dan Evaluasi	Pengelola bumdesa sudah menggunakan aplikasi dan IA Artificial Intelligence	Minggu kedelapan

Berdasarkan tabel 2 di atas, pengabdian ini dimulai dengan observasi awal dan melakukan analisis kebutuhan dengan menggunakan pra-tes dilakukan untuk mengungkap pengetahuan, motivasi, dan kebutuhan mendesak mitra melalui curah pendapat, diikuti oleh intervensi yang mencakup penyediaan materi melalui penyebaran item program utama, yang kemudian dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan, dan ditutup dengan post test.

### 3 Hasil

Tim dengan target dan sasaran keberdayaan mitra baik BUMDesa dan UMKM Kadumaneuh, memberikan pelatihan terkait inovasi produk, pendampingan AI (disertai sarana prasarana laptop), *legal product* yakni merek dagang produk unggulan desa, dan penerapan AI. Tim juga bekerjasama dengan mitra dan *stakeholder* memberi banyak pelatihan baik manajemen, IT, hukum maupun tata kelola BUMDesa dan *branding* produk. Jadi, web compro dan penerapan AI ditujukan supaya mendukung inovasi, diversifikasi dan layanan BUMDesa dan UMKM produsen emping, juga produk tika pandan sekaligus optimalisasi peran BUMDesa (ekstensi dari jenis usaha yang sudah ada hanya air minum).

Fasilitasi juga diberikan termasuk perolehan HKI Merek dagang atau

jasa BUMDesa, Hak Cipta atas program computer/Web compro BUMDesa yang terhubung pada web Desa yang juga akan dibuatkan berbasis AI, dilengkapi Manualbook program komputer dan buku materi pelatihan, dilanjutkan pendampingan berkelanjutan penerapan chat.openai pada headline produk dan deskripsi produk. Akhirnya mitra makin berdaya, meningkatnya kompetensi mitra, omzet meningkat signifikan dan perluasan pasar hingga wilayah/kabupaten lain di sekitar Pandeglang. Perluasan pasar pun telah merambah daerah Serang, namun masih terbatas.

Wawancara dengan Pj Kepala Desa Dodi Ramdhoni ingin sekali desa ini berkembang pesat seiring dengan kemajuan desa tetangga, maka perlu kerjasama dan kerja bersama baik warga, BUMDesa, perangkar, dan pihak yang peduli termasuk kampus YARSI. Terkait inovasi produk yang dilakukan masyarakat selama ini dan pengaruhnya pada pemasaran, menurut M. Sayuti dan Saeful, BUMDesa bisa berjalan dengan meningkatnya pemahaman yang sebelumnya hanya berjualan biasa saja, sedangkan menurut Mutmainah, dan Tati bahwa selama ini belum pernah inovasi produk olahan emping. Menurut Bai tidak bisa pemasaran dan manajemen online, dan menurut Eva Damayanti inovasi anyaman dan peningkatan pemasaran secara online penting untuk ditargetkan. Terkait tradisi berdesa atau keunikan Desa Kadumaneuh yang mempengaruhi motivasi maupun kinerja, menurut M. Sayuti bahwa tradisi berdesa awalnya pun berpengaruh biasa-biasa saja, tapi dengan adanya bimbingan dari luar, bisa meningkatkan produk dan melakukan pemasaran lebih jauh.



Gambar 1: Launching web bumdeskadumanueh.com

Tim abdimas menyebarkan kuesioner dan terdapat 30 orang perwakilan mitra baik dari pelaku usaha mikro, maupun perangkat yang mengisi kuesioner tersebut, berikut hasil dan pembahasan.

Tabel 3. Pemahaman pentingnya inovasi produk dan cara menampilkan produk dengan kemasan (desain) yang menarik pada web

Jawaban responden	Pre test		Post test	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.00	2	7	0	0
2.00	8	27	2	7
3.00	8	27	4	13
4.00	9	30	11	37
5.00	3	10	13	43
Total	30	100.0	30	100.0

Sumber : Hasil analisis data primer 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang belum memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai pentingnya inovasi produk dan cara penyajian produk dengan kemasan (desain) yang menarik di web. Terlihat bahwa hanya 3 orang (10%) yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan cukup, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan rendah, dan 2 orang (7%) memiliki pengetahuan sangat rendah.

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, warga menunjukkan tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai pentingnya inovasi produk dan cara penyajian produk dengan kemasan (desain) yang menarik di web. Secara spesifik, 13 orang (43%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 11 orang (37%) memiliki pengetahuan tinggi, 4 orang (13%) memiliki pengetahuan cukup, 2 orang (7%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah.

Oleh karena itu, tingkat pengetahuan warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang mengenai pentingnya inovasi produk dan cara penyajian produk dengan kemasan (desain) yang menarik di web telah meningkat secara signifikan.

Table 4. Pemahaman pentingnya peran BUMDesa bagi Promosi dan E commerce produk unggulan desa melalui sarana digital online BUMDesa

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.00	2	7	0	0
2.00	6	20	0	0
3.00	8	27	6	20
4.00	11	37	10	33
5.00	3	10	14	47
Total	30	100.0	30	100.0

Sumber : Hasil analisis data primer 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang belum memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi tentang pentingnya peran BUMDesa dalam mempromosikan dan memperdagangkan produk unggulan desa melalui platform digital daring BUMDesa. Secara spesifik, hanya 3 orang (10%) yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 11 orang (37%) memiliki pengetahuan tinggi, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan cukup, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan rendah, dan 2 orang (7%) memiliki pengetahuan sangat rendah.

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, warga menunjukkan tingkat pengetahuan yang tinggi tentang pentingnya peran BUMDesa dalam mempromosikan dan memperdagangkan produk unggulan desa melalui platform digital daring BUMDesa. Ditemukan bahwa 14 orang (47%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 10 orang (33%) memiliki pengetahuan tinggi, dan 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan rendah atau sangat rendah.

Dengan demikian, tingkat pengetahuan warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang tentang pentingnya peran BUMDesa dalam mempromosikan dan memasarkan produk unggulan desa melalui platform digital daring BUMDesa telah meningkat secara signifikan.

Tabel 5. Pemahaman hak dan kewajiban dalam bertransaksi baik melalui online maupun konvensional

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	0	0	0	0
2.00	11	37	4	13
3.00	5	17	7	23
Valid 4.00	14	47	9	30
5.00	0	0	10	33
	30	100.	30	
Total		0		100. 0

Sumber: Hasil analisis data primer 2024

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang tidak memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai pemahaman hak dan kewajiban dalam bertransaksi, baik secara daring maupun konvensional. Secara spesifik, tidak ada warga yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 14 orang (46%) memiliki pengetahuan cukup, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan sedang, 11 orang (37%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah.

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, warga menunjukkan tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai pemahaman hak dan kewajiban dalam bertransaksi, baik secara daring maupun konvensional. Ditemukan bahwa 10 orang (33%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 7 orang (23%) memiliki pengetahuan cukup, 4 orang (13%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah.

Dengan demikian, tingkat pengetahuan warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang mengenai hak dan kewajiban dalam bertransaksi, baik secara daring maupun konvensional, mengalami peningkatan yang signifikan..

Tabel 6. Pemahaman pentingnya manajemen baik dalam produksi maupun dalam komersialisasi

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	1	3	0	0
2.00	12	40	5	17
3.00	9	30	6	20
Valid 4.00	7	23	8	27
5.00	1	3	11	37
Total	30	100.	30	100.
		0		0

Sumber : Hasil analisis data primer 2024

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang belum memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi tentang pentingnya manajemen produksi dan komersialisasi. Secara spesifik, hanya 1 orang (3%) yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 7 orang (23%) memiliki pengetahuan tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan cukup, 12 orang (40%) memiliki pengetahuan rendah, dan 1 orang (3%) memiliki pengetahuan sangat rendah.

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, warga menunjukkan tingkat pengetahuan yang tinggi tentang pentingnya manajemen produksi dan komersialisasi. Ditemukan bahwa 11 orang (37%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan tinggi, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah.

Dengan demikian, tingkat pengetahuan warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang tentang pentingnya manajemen produksi dan komersialisasi telah meningkat secara signifikan.

Table 7. Pemahaman cara menjual produk melalui e commerce ataupun marketplace tanpa melakukan pelanggaran hukum

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	1	3	0	0
2.00	18	60	4	13
3.00	6	20	5	17
Valid 4.00	5	17	9	30
5.00	0	0	12	40
	30	100.	30	
Total		0		100. 0

Sumber: Hasil analisis data primer 2024

Tabel 7 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang tidak memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi tentang cara berjualan produk melalui e-commerce atau marketplace tanpa melanggar hukum. Secara rinci, tidak ada warga yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan tinggi, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, 18 orang (60%) memiliki pengetahuan rendah, dan 1 orang (3%) memiliki pengetahuan sangat rendah.

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, warga menunjukkan tingkat pengetahuan yang tinggi tentang cara berjualan produk melalui e-commerce atau marketplace tanpa melanggar hukum. Ditemukan bahwa 12 orang (40%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan cukup, 4 orang (13%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah.

Oleh karena itu, tingkat pengetahuan masyarakat Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang mengenai cara menjual produk melalui e-commerce atau marketplace tanpa melanggar hukum meningkat secara signifikan.

Tabel 8. Pemahaman peran Web Company Profile yang inovatif dalam komersialisasi produk

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	1	3	0	0
2.00	5	17	0	0
3.00	7	23	6	20
4.00	16	53	9	30
5.00	1	3	15	50
Total	30	100.0	30	100.0

Sumber: Analisis data primer

Tabel 8 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang belum memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi tentang peran Web Company Profile yang inovatif dalam komersialisasi produk. Secara spesifik, hanya 1 orang (3%) yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 16 orang (53%) memiliki pengetahuan tinggi, 7 orang (23%) memiliki pengetahuan cukup, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan rendah, dan 1 orang (3%) memiliki pengetahuan sangat rendah.



Gambar 2: Pelatihan IT, AI, Input Data dan e commerce



Gambar 3: Pelatihan Tas Tikar Pandan Tanpa Jahit



Gambar 4: Pelatihan Olahan Emping Pedas Manis

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, warga menunjukkan tingkat pengetahuan yang tinggi tentang peran Web Company Profile yang inovatif dalam komersialisasi produk. Tercatat sebanyak 15 orang (50%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, dan tidak ada individu yang memiliki pengetahuan rendah atau sangat rendah.



Gambar 5: Suasana penutupan pelatihan bersama, inovasi produk, manajemen, hukum dan teknologi

Dengan demikian, tingkat pengetahuan warga Desa Kadumaneuh, Kecamatan Banjar, Kabupaten Pandeglang tentang peran Web Company Profile yang inovatif dalam komersialisasi produk telah meningkat secara signifikan.

#### 4 Pembahasan

Dalam pembahasan ini akan dibagi menjadi tiga aspek mulai dari pelatihan, pembinaan, dan monitoring sebagaimana akan diuraikan pada bagian berikut:

##### a. Pelatihan

Dengan metode ini, kegiatan utama yang dilaksanakan adalah pembimbingan dan pelatihan praktis tentang keterampilan sebagai SDM yang menguasai IT dan AI.

Penyuluhan materi hukum dan ekonomi juga dilakukan dengan berbagai materi khususnya manajemen, pemasaran, hukum bisnis dan Hak Kekayaan Intelektual, sementara materi teknologi informasi beserta penerapan aplikasi AI dilakukan secara berkesinambungan hingga 1 tahun

Tim berfokus pada layanan BUMDesa dan hilirisasi produk UMKM yang dikomersialisasi melalui wadah BUMDesa, karena selama ini BUMDesa sama sekali belum menyentuh ranah komersil produk unggulan desa. Pelatihan melingkupi semua aspek hilirisasi dari diversifikasi produk, inovasi, hingga komersialisasi.

Pelatihan yang telah diberikan sebagai berikut.

- 1) Pelatihan *legal entity* (badan usaha/hukum) dan *legal product* (merek)
- 2) Pelatihan *digital marketing*
- 3) Pelatihan manajemen BUMDesa
- 4) Pelatihan inovasi produk dan kemasan
- 5) Pelatihan dan pendampingan pembuatan web compro BUMDes dikondisikan pada web desa
- 6) Pelatihan penerapan AI pada inovasi produk dan layanan mitra, mengelola Chatbots khususnya layanan pelanggan, pemesanan, dan FAQ, dan input data pada e commerce, dan mengotomatisasi tugas administratif, sehingga memungkinkan fokus pada layanan komersialisasi BUMDesa dan usaha mikro Desa Kadumaneuh

Demikian pula, penerapan teknologi ini disinergikan dengan fasilitasi kelengkapan legalitas usaha dan merek, serta optimalisasi peran mitra BUMDes melalui pelatihan IT dan AI dan sinergi dengan pemberdayaan mitra UMKM (produsen emping dan tikar).

b. Pendampingan BUMDesa, Fasilitasi Legalitas Usaha Mikro Emping dan Tikar

Pengusul selain melatih penerapan AI, juga mendampingi SDM BUMDesa untuk mampu menganalisis data, memberi dukungan *insight* dari data pelanggan, pasar, dan operasional. Pendampingan juga dilakukan pada manajemen dan strategi *branding*. Pendampingan ini untuk mendongkrak sisi internal dan eksternal, maknanya dari motivasi hilirisasi dan kompetensi mitra, maupun *stakeholders*, seiring dengan solusi yang ditawarkan dan target perluasan pasar serta peningkatan omzet. Bergandengan tangan dengan peningkatan layanan BUM Desa, Tim mendampingi dan memfasilitasi legalitas usaha emping dan tikar, Pengusul berfokus membantu membuat dan mendaftarkan merek mereka.

Legalitas dalam sebuah usaha memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis, karena dengan memiliki izin dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, usaha dapat beroperasi secara sah, membangun kepercayaan pelanggan, serta mengurangi risiko hukum yang dapat menghambat kemajuan usaha di masa depan (Adi 2024).

Selain legalitas sebagai pondasi penting dalam menjalankan BUMDes, upaya membangun branding produk juga sangat krusial untuk meningkatkan daya saing (Kamil dkk. 2023). Branding yang kuat membantu produk lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas, menciptakan citra positif, dan membedakan produk BUMDes dari pesaing lainnya (Nugraha dkk. 2024). Dengan strategi branding yang tepat, produk lokal yang dihasilkan BUMDes dapat menarik minat konsumen, baik di pasar lokal maupun nasional, sehingga mampu bersaing secara kompetitif dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat desa (Viatra dan Putra 2024).

Strategi branding dengan menggunakan e-commerce sangat menentukan dalam metode pengembangan BUMDes, karena e-commerce memungkinkan produk-produk BUMDes menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif dan efisien (Astuti, Hatammimi, dan Alfanur 2024). Dengan memanfaatkan platform digital, BUMDes dapat memperkenalkan produk unggulan mereka tidak hanya di tingkat lokal,

tetapi juga nasional hingga internasional. Branding yang kuat melalui e-commerce membantu membangun citra positif, meningkatkan pengenalan merek, serta menciptakan loyalitas konsumen (Mu dan Zhang 2021). Selain itu, e-commerce memudahkan proses transaksi, memberikan akses mudah bagi konsumen, dan membuka peluang kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperluas pasar (Fahlevie dkk. 2024).

c. Monitoring dan evaluasi

Setelah dilakukan sosialisasi, pembekalan materi, pelatihan, pendampingan dan fasilitasi, kemudian dilakukan *post test*, untuk mengetahui apakah materi benar-benar terserap dan dipahami oleh mitra, bahkan dapat dioperasionalkan oleh mitra. Evaluasi ini juga memotret apakah (1) peningkatan omzet mitra telah benar-benar sesuai dengan target, (2) perluasan pasar sudah lebih dari 1 kabupaten, dan (3) peningkatan kualitas layanan BUMDesa sudah lebih baik berikut kompetensi SDMnya.

Evaluasi dilakukan tiga bulan kegiatan berakhir, dilanjutkan secara periodik dimonitoring dan dilihat progresnya hingga periode program pengabdian ini berakhir.

## 5 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data antara sebelum dan sesudah dilakukan pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan (1) terkait permasalahan Implementasi Branding, Artificial Intelligence dan Tradisi Berdesa dalam Membangun Kinerja Inovasi BUMDesa Kadumaneuh Pandeglang telah ditangani dengan baik melalui penyuluhan, pelatihan, pendampingan dan fasilitasi secara berkesinambungan, (2) Berikut rincian detailnya:

- a. Pemahaman tentang pentingnya inovasi produk dan cara menampilkan produk dengan kemasan (desain) yang menarik pada web, sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat jumlah masyarakat sangat paham 3 orang (10%), dan sesudah kegiatan bertambah menjadi 13 orang (43%), sehingga terjadi kenaikan sebesar 10 orang (33%).
- b. Pemahaman tentang pentingnya peran BUMDesa bagi Promosi dan E commerce produk unggulan desa melalui saranan digital online BUMDesa, sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat jumlah masyarakat sangat paham 3 orang (10%), dan sesudah kegiatan

bertambah menjadi 14 orang (47%), sehingga terjadi kenaikan sebesar 11 orang (37%).

- c. Pemahaman tentang hak dan kewajiban dalam bertransaksi baik melalui online maupun konvensional, sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak ada seorang pun masyarakat sangat paham, dan sesudah kegiatan bertambah menjadi 10 orang (33%), sehingga terjadi kenaikan sebesar 10 orang (33%).
- d. Pemahaman tentang pentingnya pentingnya manajemen baik dalam produksi maupun dalam komersialisasi, sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat jumlah masyarakat sangat paham 1 orang (3%), dan sesudah kegiatan bertambah menjadi 11 orang (37%), sehingga terjadi kenaikan sebesar 10 orang (34%).
- e. Pemahaman tentang cara menjual produk melalui e commerce ataupun marketplace tanpa melakukan pelanggaran hukum, sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak ada seorang pun masyarakat sangat paham, dan sesudah kegiatan bertambah menjadi 12 orang (40%), sehingga terjadi kenaikan sebesar 12 orang (40%).
- f. Pemahaman tentang peran Web Company Profile yang inovatif dalam komersialisasi produk, sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat jumlah masyarakat sangat paham 1 orang (3%), dan sesudah kegiatan bertambah menjadi 15 orang (50%), sehingga terjadi kenaikan sebesar 14 orang (47%).
- g. Dengan demikian, rata-rata peningkatan dalam kegiatan Implementasi Branding, Artificial Intelligence dan Tradisi Berdesa dalam Membangun Kinerja Inovasi BUMDesa Kadumaneuh Pandeglang sebanyak (37%)

## 6 Pengakuan

Penghargaan dan terimakasih disampaikan kepada Kemdikbudristek, Universitas YARSI, dan Mitra Perangkat Desa dan BUMDesa Kadumaneuh Pandeglang, semoga upaya dan karya bersama ini bermanfaat dan baraqah bagi kemajuan Desa Kadumaneuh, Pandeglang

## 7 Referensi

- Adi, Tri Wahyu. 2024. "HUKUM DAN KONTRAK BISNIS." Hlm. 1–124 dalam.
- Astuti, Yuhana, Jurry Hatammimi, dan Farah Alfanur. 2024. "Menumbuhkan Semangat Wirausaha di Desa Pulosari, Kabupaten Bandung, Jawa Barat melalui Pelatihan Kewirausahaan dan

Penggunaan Teknologi Digital.” *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 4(4):1057–66. doi: 10.54082/jamsi.1276.

Fahlevie, Recja, Ahmad Rapiudinsyah, Muhammad Raffy Anugra Alsha, Prima Darma Putra, Meilin Veronika, dan Juhaini Alie. 2024. “STRATEGI PEMBERDAYAAN BRANDING DAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM MENUJU EKONOMI DIGITAL DI DESA PETANANG KECAMATAN LEMBAK PROVINSI SUMATERA SELATAN.” *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(4):7846–53. doi: 10.31004/cdj.v5i4.33315.

Faradila, Iis Erika, dan Arifuddin Muda Harahap. 2023. “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP TKI OLEH PEMERINTAH INDONESIA DALAM PERSPEKTIF SIYASAH DAULIYAH (STUDI KASUS PEMBUNUHAN NURUL AIDAH TKI ASAL BATUBARA SUMATERA UTARA DI MALAYSIA).” *UNES Law Review* 5(4):4083–94. doi: 10.31933/unesrev.v5i4.720.

Hidayat, M. Noer Fadli, Achmad Febrianto, Abdillah Mundir, Ahmad Ibnu Akil, Chairun Nisa', Lina Amelia, Rizqi Alif Yanuar, dan Uyun Nabila. 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):264–85. doi: 10.33650/guyub.v4i3.6850.

Kafetzopoulos, Dimitrios, Evangelos Psomas, dan Dimitris Skalkos. 2020. “Innovation dimensions and business performance under environmental uncertainty.” *European Journal of Innovation Management* 23(5):856–76. doi: 10.1108/EJIM-07-2019-0197.

Kamil, Muhammad Ikhsan, Sukarno, Khairul Aswadi, dan Fathur Rauzi. 2023. “The Concept of A Perfect BUMDES Law Entity After Law No. 11/2020 on Working Creation in The Role of Increasing Village Income.” *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 11(3):589–601. doi: 10.29303/ius.v11i3.1277.

Karim, Noval Adriyanus, Rosman Ilato, dan Raflin Hinelyo. 2021. “Implementasi Program Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Polohungo Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo.” *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis* 14(1):105–16. doi: 10.37479/jkeb.v13i2.11827.

Mardhiyaturrositaningsih, Mardhiyaturrositaningsih, Ridwan Maulana, Millatuzzahro Alkhusna, Nabila Putri Maharani, Muhammad Akmal Taqi, Hana Rahma Dina, Istianah Irnaeni, Aldian Rizky Pratama,

- Wafiq Nur Shofia, Fitriani Fitriani, Ely Rahmawati, Maulidya Fatikhatul Khusna, Lulu Hesti Yuliani, M. Yusuf Ihsan, Lisna Anggraeni, dan Asyifa Rahmadina. 2024. "Membangun Ekonomi Desa: Pengembangan Kompetensi dan Inovasi UMKM." doi: 10.62083/s26c0532.
- Mu, Jifeng, dan Jonathan Z. Zhang. 2021. "Seller Marketing Capability, Brand Reputation, and Consumer Journeys on e-Commerce Platforms." *Journal of the Academy of Marketing Science* 49(5):994–1020. doi: 10.1007/s11747-021-00773-3.
- Nugraha, Romy, Usman Rahman, Suriadi Suriadi, Sukriwa Sukriwa, dan Sarina Basri. 2024. "Pelatihan Dan Pendampingan Product Branding Dan Digital Marketing Pada UMKM Perkebunan Masyarakat Desa Cenrana Kabupaten Sidenreng Rappang." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5(1):1039–54. doi: 10.31949/jb.v5i1.6963.
- Nuryanto, U., B. Basrowi, I. Quraysin, I. Pratiwi, dan P. Utami. 2024. "Halal Product Supply Chain and Sharia Banking Support for Halal Product Commerce and Its Implications for Halal Product Sharia Economic Growth in Indonesia." *Uncertain Supply Chain Management* 12(3):1949–68. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2024.2.009>
- Purwaningsih, Endang, dan Derta Rahmanto. 2013. "The empowerment model of indigenous people for legal protection against Indonesian traditional knowledge." *International Journal of Academic Research* 5(1):124–29. doi: 10.7813/2075-4124.2013/5-1/B.21.
- R, Mardiana, Yosi Fahdillah, Melani Kadar, Irfan Hassandi, dan Mandasari R. 2024. "Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 3(1). doi: 10.33998/jumanage.2024.3.1.1552.
- Samsiyah, Siti. 2023. "Analisis Pelaksanaan Pembelajaran Berdiferensiasi Untuk Meningkatkan Literasi Numerasi Siswa Di Sekolah Dasar." *Jurnal Pendidikan Dasar* 10(2). doi: 10.20961/jpd.v10i2.69859.
- Sari, Nila Mayang, dan Ekowati Retnaningsih. 2020. "STRATEGI PENGEMBANGAN SCIENCE TECHNO PARK MELALUI EKOSISTEM INOVASI DALAM RANGKA PENINGKATAN DAYA SAING DAERAH PROVINSI SUMATERA SELATAN." *Publikasi Penelitian Terapan dan Kebijakan* 3(1):1–20. doi: 10.46774/pptk.v12i1.114.

- Serdianus, Serdianus, dan Novita Toding. 2023. "Implementasi Digital Marketing Untuk Pemberdayaan Industri Kreatif Jemaat Gereja Toraja Di Lembang Ma'dong, Kecamatan Dende' Piongan, Toraja Utara." *KINAA: Jurnal Kepemimpinan Kristen Dan Pemberdayaan Jemaat* 4(1):51–68. doi: 10.34307/kinaa.v4i1.110.
- Sugiono, Shiddiq. 2024. "Proses Adopsi Teknologi Generative Artificial Intelligence Dalam Dunia Pendidikan: Perspektif Teori Difusi Inovasi." *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 9(1):110–33. doi: 10.24832/jpnk.v9i1.4859.
- Viatra, Aji Windu, dan M. Edo Pratama Putra. 2024. "Strategi Branding Peningkatan Skala Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Darussalam, Desa Burai, Tanjung Batu, Ogan Ilir, Sumatra Selatan." *Nirmana* 24(1):10–21. doi: 10.9744/nirmana.24.1.10-21.
- Yudianti, Armelin, Rafif Sakti Utama, dan R. Farhan Syahir H. Wibowo. 2023. "Digitalisasi Desa Berbasis Aplikasi 'Simpeldesa': Inovasi Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Berkelanjutan Di Desa Cibiru Wetan." *TheJournalish: Social and Government* 4(5):73–92. doi: 10.55314/tsg.v4i5.601.