



Penguatan Usaha Jahe Merah BUMDesMa Sari Bumi Niaga Trenggalek melalui Pendampingan *Business Model Canvas* dan Redesain Kemasan Produk

**M Jaenudin^{1*}, Dewi Deniaty Sholihah², Fauziah Larasati³,
Dini Riyanti⁴, Aling Safitri⁵**

^{1, 2, 3, 4, 5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

*Corresponding author: mjaenudin.febis@upnjatim.ac.id

Received 14-08-2026

Revised 24-08-2026

Published 10-09-2026

ABSTRAK

BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga, Kecamatan Pule, Kabupaten Trenggalek, menghadapi kendala berupa belum tersusunnya model usaha secara sistematis dan kemasan produk jahe merah yang masih sederhana. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat pengelolaan usaha melalui pendampingan penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) dan redesain kemasan produk jahe merah celup. Kegiatan melibatkan 15 peserta yang terdiri atas pengurus BUMDesMa, petani, dan pedagang. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui *Focus Group Discussion* (FGD), pemetaan sembilan komponen BMC, pelatihan, pendampingan desain kemasan, serta evaluasi pengetahuan menggunakan *pre-test* dan *post-test*. Hasil kegiatan berupa BMC sebagai dasar perencanaan dan pengembangan usaha serta desain kemasan baru yang lebih informatif dan menarik. Evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata nilai pengetahuan peserta meningkat dari 87,00 menjadi 98,00, dengan N-Gain sebesar 0,93 atau kategori tinggi. Kegiatan ini memperkuat pemahaman mitra mengenai model bisnis dan fungsi kemasan dalam meningkatkan nilai tambah serta daya saing produk jahe merah.

Kata kunci: BUMDesMa; *Business Model Canvas*; Jahe merah; Pendampingan bumdes; Redesain kemasan.

ABSTRACT

BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga, located in Pule District, Trenggalek Regency, faces challenges related to the absence of a systematic business model and the simple packaging of its red ginger products. This community service programme aimed to strengthen business management through assistance in developing a *Business Model Canvas* (BMC) and redesign red ginger tea products. The programme involved 15 participants comprising BUMDesMa managers, farmers, and traders. A participatory approach was applied through a *Focus Group Discussion* (FGD), mapping of the nine BMC elements, training, packaging design assistance, and knowledge evaluation using *pre-test* and *post-test*. The programme produced a BMC as a basis for business planning and development, along with a new packaging design that was more informative and visually appealing. The evaluation results showed that the participants' average knowledge score increased from 87.00 to 98.00, with an N-Gain score of 0.93, classified as high. The programme improved the partners' understanding of business models and the role of packaging in increasing the added value and competitiveness of red ginger products.

Keywords: BUMDesMa; *Business Model Canvas*; Community assistance; Red ginger; Packaging redesign.



PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), termasuk dalam bentuk kerja sama antar desa (BUMDesMa), yang merupakan salah satu instrumen penting dalam pembangunan ekonomi desa dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan sumber daya lokal secara mandiri dan berkelanjutan. BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga Pule di Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu contoh lembaga usaha desa yang mengelola potensi hortikultura lokal berupa jahe merah, mulai dari kegiatan budidaya yang dilakukan petani sampai pengolahannya menjadi produk simplisia dan turunannya. Melalui skema BUMDesMa, unit usaha jahe merah diharapkan bisa menjadi salah satu penopang ekonomi desa sekaligus tempat pemberdayaan bagi petani, pedagang, dan generasi muda desa yang tergabung dalam Karang Taruna (Ridwansyah et al., 2021; Wiyono et al., 2023).

Pertumbuhan ekonomi di pedesaan seringkali dinilai lebih lambat dibandingkan pembangunan perekonomian di perkotaan, serta tantangan utama yang umum dihadapi BUMDes maupun pelaku UMKM di wilayah pedesaan adalah terbatasnya manajemen usaha, pemasaran, dan literasi digital, yang memperlambat pertumbuhan bisnis mereka serta dipengaruhi juga oleh kualitas sumber daya manusia pengelola yang masih perlu ditingkatkan (Argawan et al., 2019; Aldhila et al., 2026). Kondisi ini turut dihadapi oleh BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga Pule dalam upayanya mengembangkan unit usaha jahe merah, di mana kapasitas manajerial pengelola serta pemanfaatan strategi pemasaran yang lebih luas dan berbasis teknologi digital masih menjadi aspek yang perlu diperkuat agar produk jahe merah dapat bersaing dan menjangkau pasar yang lebih besar (Malaikosa et al., 2024; Agustino et al., 2026). Sejalan dengan hal tersebut, pendampingan yang berorientasi pada penguatan kapasitas manajerial dan strategi pemasaran digital, sebagaimana diterapkan pada pendampingan BUMDes Tembalang Sejahtera melalui pelatihan manajemen usaha, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan media sosial serta Google Ads, terbukti dapat mendorong peningkatan efisiensi produksi, perluasan jangkauan pasar, dan penguatan branding produk local (Sugiarto et al., 2024; Khalida et al., 2026; Novita et al., 2026). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga Pule dibuat untuk memberikan pendampingan serupa. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk memperkuat pengelolaan usaha jahe merah melalui pendampingan penyusunan *Business Model Canvas* dan redesain kemasan produk.

Berdasarkan pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) unit usaha jahe merah BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga Pule, teridentifikasi bahwa hubungan dengan pelanggan masih bersifat pasif dan sangat bergantung pada dukungan Karang Taruna, sumber pendapatan usaha masih bertumpu pada kontrak kerja sama yang telah terjalin sebelumnya, serta terdapat sejumlah kendala struktural yang lebih luas, meliputi lemahnya kualitas kemasan produk, keterbatasan modal dan ketersediaan bibit, minimnya transparansi kontrak dan skema bagi hasil bagi Karang Taruna, tingginya biaya sarana produksi seperti pupuk dan bibit, sempitnya jangkauan pasar, rendahnya kolaborasi dan partisipasi aktif Karang Taruna maupun petani penanam, serta minimnya intensitas promosi baik secara konvensional maupun digital. Kondisi

tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan pemahaman mitra terhadap konsep pengembangan produk dan perluasan kanal pasar, yang turut dikonfirmasi oleh hasil *pre-test* terhadap petani, pedagang, dan anggota BUMDesMa, di mana capaian pemahaman pada topik pemasaran digital, *forecasting* usaha, dan *Business Model Canvas* tercatat paling rendah dibandingkan topik dasar lainnya. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian ini adalah bagaimana kondisi awal pemahaman dan kapasitas mitra BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga Pule dalam mengelola unit usaha jahe merah, khususnya pada aspek manajemen usaha dan pemasaran, sebagaimana tergambar dari pemetaan BMC dan hasil *pre-test* dan *post test*; sejauh mana pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman mitra terhadap strategi pemasaran digital dan penguatan manajemen usaha berkelanjutan

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDesMa Sari Bumi Niaga yang berlokasi di Kecamatan Pule, Kabupaten Trenggalek. BUMDesMa tersebut mengelola unit usaha pengolahan jahe merah sebagai salah satu produk unggulan desa. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada bulan Mei hingga Juni tahun 2026 dengan melibatkan 15 peserta yang terdiri atas petani, pedagang, dan pengurus BUMDesma. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang dilaksanakan secara bertahap melalui konsultasi awal, *Focus Group Discussion (FGD)*, pendampingan dan pelatihan, serta evaluasi menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* berbasis Google Form.

Tahap konsultasi awal dilakukan bersama pengurus BUMDesMa untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha jahe merah. Hasil identifikasi menunjukkan beberapa kendala utama, yaitu terbatasnya jangkauan pemasaran, rendahnya inovasi produk olahan, keterbatasan modal dan ketersediaan bibit, serta masih rendahnya literasi digital pelaku usaha dalam mendukung kegiatan pemasaran.



Gambar 1. Kegiatan Focus Group Discussion

Selanjutnya, kegiatan *Focus Group Discussion* pada gambar 1 yang dilaksanakan dengan melibatkan pengurus dan anggota BUMDesma untuk memperoleh gambaran

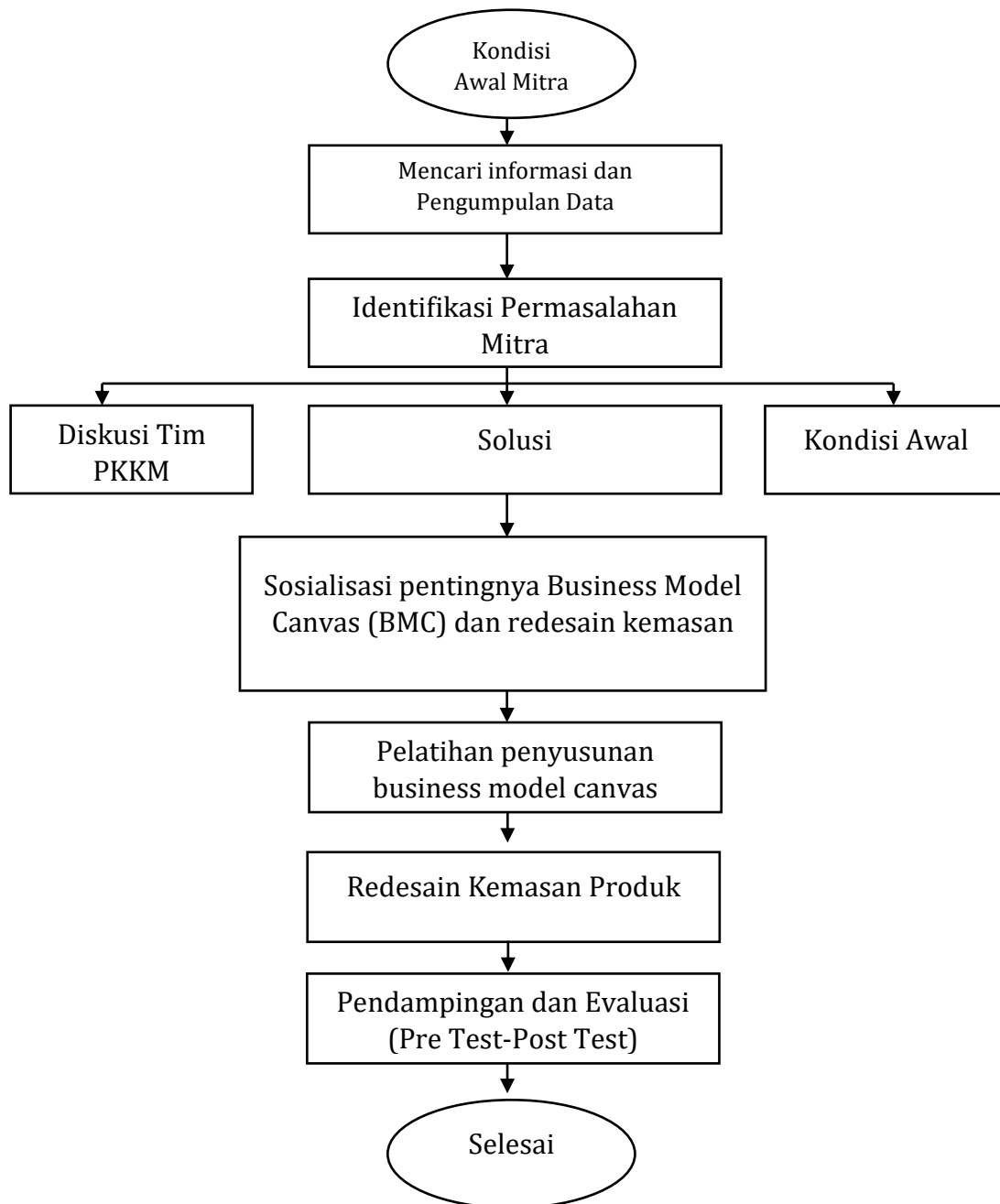
menyeluruh mengenai kondisi usaha. Diskusi difokuskan pada identifikasi proses produksi simplisia jahe merah, pola kemitraan yang telah terjalin, potensi sumber daya yang dimiliki, serta berbagai hambatan yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran. Hasil FGD kemudian dianalisis dan dipetakan ke dalam *Business Model Canvas* (BMC) yang meliputi sembilan elemen, yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Penyusunan BMC dilakukan secara partisipatif agar mitra memiliki pemahaman yang lebih komprehensif terhadap model bisnis yang dijalankan sekaligus menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan usaha (Nasori & Aslindar, 2025; Romadloni et al., 2026).



Gambar 2. Pelatihan Business Model Canvas

Berdasarkan hasil pemetaan BMC, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan yang difokuskan pada penguatan kapasitas mitra yang ditunjukkan pada Gambar 2. Materi yang diberikan berpusat pada penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) dan redesain kemasan produk jahe merah celup, mencakup pemetaan sembilan komponen BMC serta penguatan desain kemasan agar lebih informatif dan menarik, guna mendukung keberlanjutan usaha BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga.

Evaluasi terhadap efektivitas kegiatan dilakukan melalui pemberian *pre-test* dan *post-test* menggunakan Google Form. Instrumen evaluasi terdiri atas 20 butir pertanyaan yang mengukur pemahaman peserta mengenai diferensiasi produk, pengemasan dan katalog produk, strategi pemasaran, dan konsep *Business Model Canvas*, (Rosa Ratna Sri Anggraeni & Jaya Yogyakarta, 2016). *Pre-test* diberikan sebelum pelaksanaan pelatihan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta, sedangkan *post-test* dilaksanakan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai guna mengukur peningkatan pengetahuan yang diperoleh (Santoso, Choirun, et al., 2023). Data hasil *pre-test* dan *post-test* selanjutnya dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan nilai sebelum dan sesudah pelatihan untuk melihat peningkatan pemahaman peserta. Sehingga metode pendekatan kegiatan pengabdian ini dapat dijabarkan pada gambar 3 berikut:



Gambar 3. Diagram Alur Kegiatan Pengabdian

Untuk mengukur efektivitas kegiatan pendampingan terhadap peningkatan pemahaman peserta, hasil pre-test dan post-test selanjutnya dianalisis menggunakan uji **N-Gain** (*Normalized Gain*), yang dihitung dengan membandingkan selisih skor *post-test* dan *pre-test* terhadap selisih skor maksimum ideal dan skor *pre-test*, menggunakan rumus:

$$\text{N-Gain} = (\text{Skor Post-test} - \text{Skor Pre-test}) / (\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Pre-test})$$

Nilai N-Gain yang diperoleh kemudian dikategorikan berdasarkan kriteria Hake (1998), yaitu kategori **tinggi** ($\text{N-Gain} > 0,7$), **sedang** ($0,3 \leq \text{N-Gain} \leq 0,7$), dan **rendah**

(N-Gain < 0,3). Kategorisasi ini digunakan untuk menginterpretasikan seberapa efektif kegiatan pendampingan dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai BMC dan kemasan produk.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di BUMDesMa Sari Bumi Niaga, Kecamatan Pule, Kabupaten Trenggalek fokus pada pendampingan pengelolaan unit usaha jahe merah untuk meningkatkan efektivitas pemasaran serta kapasitas manajerial mitra. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2026 oleh tim dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur dengan dukungan mahasiswa.



Gambar 4. Diskusi penyusunan Business Model Canvas

Sebelum kegiatan pendampingan dilaksanakan, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan pemetaan kondisi usaha melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Hasil pemetaan menunjukkan bahwa hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*) masih bersifat pasif dan sangat bergantung pada dukungan Karang Taruna, sementara sumber pendapatan usaha masih bertumpu pada kontrak kerja sama yang telah terjalin sebelumnya, belum berkembang melalui perluasan pasar secara mandiri. Identifikasi permasalahan lanjutan turut mengonfirmasi adanya kendala yang lebih luas, mencakup lemahnya kualitas kemasan produk, keterbatasan modal dan ketersediaan bibit, minimnya transparansi kontrak serta skema bagi hasil bagi Karang Taruna, tingginya biaya sarana produksi seperti pupuk dan bibit, sempitnya jangkauan pasar, rendahnya kolaborasi dan partisipasi aktif Karang Taruna maupun petani penanam, serta minimnya intensitas promosi baik secara konvensional maupun digital.

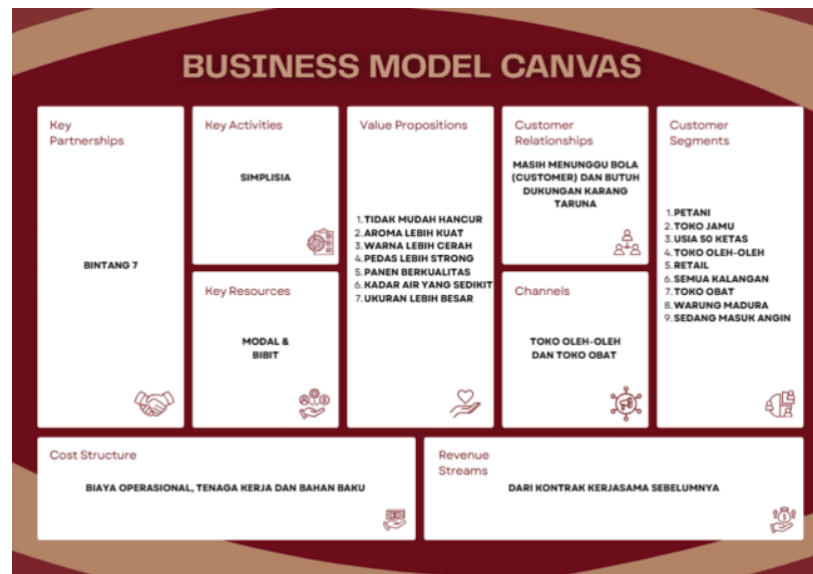
Berdasarkan hasil pemetaan BMC tersebut, kegiatan pendampingan dilanjutkan dengan upaya yang secara langsung menjawab persoalan yang teridentifikasi, dengan menghasilkan sejumlah luaran konkret. Tim pengabdian bersama mitra menyusun *Business Model Canvas* yang lebih terstruktur sebagai acuan

pengembangan usaha, serta melakukan redesain kemasan produk jahe merah untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual. Hal tersebut merespons kelemahan yang sebelumnya teridentifikasi, terutama pada aspek kemasan produk yang masih sederhana, dan belum tersusunnya model bisnis yang jelas.



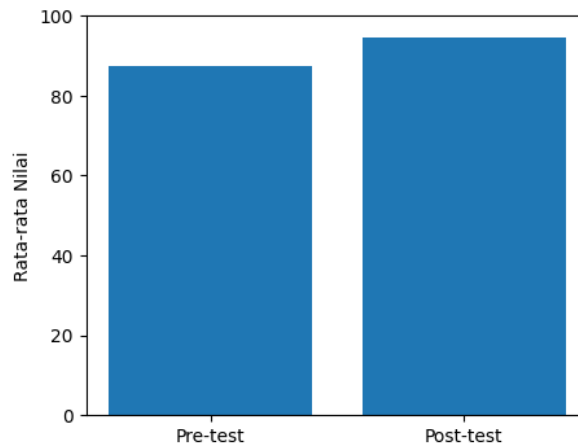
Gambar 5. Penyampaian Materi

Business model , dan strategi pemasaran digital yang telah disusun menjadi acuan bagi BUMDesMa dalam mengembangkan usaha secara lebih terarah dan berkelanjutan, sementara peserta kegiatan turut menyampaikan apresiasi dan berharap seluruh luaran dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Berikut pada gambar 6. secara sederhana BMC yang telah disusun bersama



Gambar 6. BMC sederhana sebagai acuan dssar

Sebagai evaluasi menyeluruh atas efektivitas rangkaian kegiatan, tim pengabdian mengukur peningkatan pemahaman mitra melalui pre-test dan post-test terhadap 15 peserta yang terdiri atas petani, pedagang, dan anggota BUMDesma, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 7.



Gambar 7. Diagram Hasil Pre-Post Test

Berikut adalah ringkasan evaluasi pemahaman peserta yang ditunjukkan pada tabel 1:

Tabel 1. Ringkasan Evaluasi Pemahaman Peserta (N=15)

Indikator	Pre-test	Post-test	Keterangan
Rata-rata nilai	87,00	98,00	Naik 11,00 poin (12,6%)
Peserta dengan nilai ≥ 80	73,3%	100,0%	Naik 26,7%
Kategori "Sangat Baik" (90–100)	60,0%	93,3%	Naik 33,3%
Kategori "Kurang" (60–69)	20,0%	0,0%	Tidak ada lagi peserta kategori Kurang
Rata-rata N-Gain	–	0,93	Kategori tinggi (Hake, 1998)
Peserta N-Gain kategori tinggi	–	13 dari 15 (86,7%)	–
Peserta N-Gain kategori sedang	–	2 dari 15 (13,3%)	–
Peserta N-Gain kategori rendah	–	0 peserta	–

Hasil rekapitulasi menunjukkan rata-rata nilai meningkat dari 87,00 menjadi 98,00, dengan rata-rata N-Gain sebesar 0,93 pada kategori tinggi. Sebanyak 13 dari 15 peserta mencatatkan N-Gain kategori tinggi, sementara dua peserta lainnya berada pada kategori sedang, tanpa satu pun peserta pada kategori rendah. Distribusi nilai menunjukkan perubahan yang cukup besar, di mana proporsi peserta berkategori "Sangat Baik" meningkat dari 60,0 persen menjadi 93,3 persen, sementara kategori "Kurang" yang sebelumnya mencakup 20,0 persen peserta pada *pre-test* tidak lagi ditemukan setelah pendampingan. Analisis per butir soal menunjukkan peningkatan paling menonjol terjadi pada topik pemasaran digital, forecasting usaha, dan manfaat BMC bagi BUMDes, dengan kenaikan capaian jawaban benar sebesar 20,0 persen, meskipun topik-topik tersebut bersama komponen BMC lainnya tetap menjadi capaian terendah pada *post-test* (86,7%) dibandingkan topik dasar seperti diferensiasi produk dan fungsi kemasan yang telah mencapai 100 persen, mengindikasikan bahwa

pemahaman terkait perencanaan bisnis dan pemasaran digital masih memerlukan penguatan lanjutan. Sebagai tindak lanjut dari kegiatan pengabdian, tim menyusun rekomendasi sebagai berikut:

1. *Business Model Canvas* (BMC) sederhana yang telah disusun bersama mitra perlu digunakan sebagai dasar awal pengembangan usaha BUMDesMa. BMC tersebut dapat diperbarui secara bertahap sesuai perkembangan usaha, perubahan pasar, serta kebutuhan mitra. Selanjutnya, BMC dapat dikembangkan menjadi business plan yang lebih operasional sebagai acuan dalam perencanaan dan evaluasi usaha.
2. Hasil redesain kemasan produk jahe merah sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 8 perlu ditindaklanjuti melalui pencetakan dan penggunaan dalam jumlah yang lebih besar. Hasil redesain ini selanjutnya menjadi model kemasan yang dapat diuji coba oleh BUMDesMa pada produk yang dipasarkan. Penggunaan dalam skala yang lebih luas juga penting untuk memperoleh respons konsumen terhadap kemasan baru sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan berikutnya.



Gambar 8. Sebelum dan Sesudah Kemasan Produk

3. Selanjutnya adalah penguatan pemasaran digital melalui pemanfaatan website sebagai pusat informasi BUMDESMA dan etalase produk yang dikelola secara berkelanjutan oleh mitra. Website dapat diintegrasikan dengan katalog produk dan media sosial. Selain itu, video profil dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan BUMDESMA, potensi jahe merah, produk yang dihasilkan, serta kegiatan usaha kepada masyarakat, calon konsumen, dan calon mitra.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga, Kecamatan Pule, Kabupaten Trenggalek, telah memperkuat pengetahuan mitra dalam pengelolaan usaha jahe merah. Kegiatan difokuskan pada pendampingan penyusunan Business Model Canvas (BMC) dan redesain kemasan produk jahe merah celup.

Pemetaan BMC membantu pengurus BUMDesMa, petani, dan pedagang mengidentifikasi kondisi usaha, terutama pada aspek hubungan pelanggan, saluran pemasaran, sumber pendapatan, dan keterbatasan pengembangan produk. Sementara itu, redesain kemasan menghasilkan tampilan produk yang lebih informatif dan menarik sebagai upaya meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk. Hasil evaluasi pengetahuan menunjukkan bahwa nilai rata-rata peserta meningkat dari 87,00 pada pre-test menjadi 98,00 pada post-test, dengan N-Gain sebesar 0,93 atau kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pendampingan, khususnya mengenai model bisnis dan fungsi kemasan dalam pengembangan produk. BMC dan desain kemasan baru menjadi dasar bagi BUMDesMa untuk mengelola usaha secara lebih terarah. Pendampingan lanjutan tetap diperlukan untuk memastikan penerapan BMC, menguji respons pasar terhadap kemasan baru, serta mengevaluasi pengaruhnya terhadap penjualan dan perkembangan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UPN "Veteran" Jawa Timur atas dukungan pendanaan melalui skema PKM BUMDesMa Tahun Anggaran 2026 berdasarkan nomor perjanjian SPP/3/UN63.8/PM/IV/2026 sehingga kegiatan pendampingan dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada BUMDesMa Sari Bumi Niaga Niaga, Kecamatan Pule, Kabupaten Trenggalek, beserta para petani, pedagang, pengurus BUMDesMa, dan seluruh mitra yang telah berpartisipasi aktif selama rangkaian kegiatan konsultasi, FGD, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi. Apresiasi turut diberikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan *Business Model Canvas* dan redesain kemasan produk jahe merah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, M. R., Anggapratama, R., Irnawati, D., & Kustaji, K. (2026). Pendampingan dan Peningkatan Kapasitas Industri Kecil Menengah (IKM) Melalui Kurasi Produk. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(4), 1685-1692.
- Aldhila, A., Imawan, R., & Contesa, Y. (2026). Penguatan Kapasitas UMKM melalui Business Model Canvas dan Branding di Serdang Bedagai. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 7(2), 3710-3720.
- Argawan, B., Halim, B., Wijaya, J., Ekaputri, K., Aditia, K. C., Rama Prasetya, N., Candra, T., Yuliati, R., Bisnis, P. S., Prasetya Mulya, U., & Akuntansi, P. S. (2019). *Pemanfaatan Digital Marketing Channel dalam Upaya Memperluas Pemasaran Produk Jahe Merah Instan Sarongge* (Vol. 01, Number 01).
- Khalida, N. D., Zulkarnain, R., Syauqi, A., Fauziyah, H., & Sani'atin, A. (2026). Pendampingan Peningkatan Kapasitas Usaha Empu Keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong Kabupaten Sumenep melalui Penyusunan Business Model Canvas

dan Penguatan Pemasaran Digital: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 23223-23229.

- Malaikosa, Y. M. L., Ghozali, M. A., Kholidya, C. F., Widyaswari, M., Fitria, R. N., & Pramana, A. (2024). Penguatan kapasitas potensi BUMDes melalui literasi digital dan pemanfaatan media sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 72–82. <https://doi.org/10.37567/pkm.v4i2.3153>
- Nasori, A., & Aslindar, D. A. (2025). Penerapan Aplikasi Digi-ICE dalam Meningkatkan Efektivitas Administrasi Pelaku Usaha BUMDes Purbalingga. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 423–434. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i2.1758>
- Novita, V., Siregar, E., & Nursiah, N. (2026). Pengembangan Model Bisnis Inovatif Berbasis Digital Branding Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Makanan Ringan “Itiyyy Snack”. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 9(1), 1718-1740.
- 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>
- Romadloni, S., Azzahra, A. F., Akbar, L. D., Rosyidah, E., & Fahrurrozi, M. (2026). Optimalisasi Potensi Produk Lokal Melalui Inovasi Produk dan Revitalisasi Kemasan untuk Meningkatkan Nilai Tambah UMKM Omah Kopi Telemung. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-20.
- Rosa Ratna Sri Anggraeni, M., & Jaya Yogyakarta, A. (2016). Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Pada Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan Studi Pada Bumdes di Gunung Kidul, Yogyakarta. *MODUS*, 28(2), 155–167.
- Santoso, I., Choirun, A., Rofiq, A., Purnowo, M., Wulan, S., & Salsabilah, A. (2023). Peningkatan Nilai Tambah Simplisa Jahe Merah Subgrade di BUMDesMa Sari Bumi Niaga, Kecamatan Pule, Kabupaten Trenggalek. *Journal of Inovation and Applied Innovation*.
- Sugiarto, Wijaya, R. S., Atasa, D., Ardiyanto, R. M., & Rahmatulloh, M. A. R. (2024). Pendampingan pengelolaan unit usaha di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tembalang Sejahtera untuk peningkatan ekonomi desa. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(3). <https://journal.kurasinstitute.com/index.php/japamul/article/view/1110>
- Wiyono, A. E., Mahardika, N. S., & Ruriani, E. (2023). Strategi Bisnis Melalui Business Model Canvas dan Penguatan Manajemen Kelembagaan Kelompok Usaha Sedotan Bambu Masyarakat Sucopangepok Hulu Das Bedadung Jember:-. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(3).