

References

- Alkadafi, M. (2014). Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengelolaan Kelembagaan Badan Usaha Milik Desa Menuju Asean Economic Community 2015. *Jurnal El-Riyasah*, 5(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jel.v5i1.656>
- Ardianto, H., & Asngadi, A. (2022). Merdeka Ekspor-Umkm Merdeka: Kolaborasi Stakeholders Dan Skema Bisnis UMKM Ekspor Di Masa Pemulihan Ekonomi. *Creative Research Management Journal*, 5(1), 28. <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i1.2621>
- Christian, D., Sutrisno, A., & Mende, J. (2018). Penerapan Metode Root Cause Analysis (RCA) Untuk Menentukan Akar Penyebab Keluhan. *Jurnal Online Poros Teknik Mesin*, 7.
- Digdowiseiso, K. (2019). *Teori pembangunan* (E. Sugiyanto (Ed.); 1st ed.). Lembaga Penerbit Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Doskoř, R. (2019). Root Cause Analysis in Post Project Phases as Application of Knowledge Management. *Sustainability*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/su11061667>
- Elsye, R. (2022). Pengembangan UMKM pada Destinasi Wisata Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Terapan Pemerintah Minangkabau*, 2(1), 64–72.
- Hermawan, A. A. D., & Suwandana, I. G. M. (2019). Peran Kepuasan Kerja Memediasi Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4474–4503. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i07.p17>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (2008).
- Mashita, S. M., Rostyaningsih, D., & Lestari, H. (2023). Sinergitas Stakeholder Dalam Program Kampung Tematik Kuliner Di Kelurahan Jatingaleh Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management*, 12(2). <https://doi.org/10.14710/jppmr.v12i2.38454>
- Mufti, D., Sofia, S., & Kutanggas, N. (2022). Peran Badan Usaha Milik Desa dalam Pengelolaan Supply Udang Nelayan terhadap Perekonomian Desa Taroi Kabupaten Teluk Bintuni. *Lensa Ilmiah : Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1, 106–110.
- Nashar, A. (2019). Birokrasi Pemerintah Daerah Dalam Perspektif Reinventing Government How The Entrepreneurial Spirit Is Transforming The Public Sector. *Sultra Journal Of Political Science*, 1(April), 1–12. <http://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/sjps>
- Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015* (Issue 9). (2015). Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Rindrayani, S. R. (2016). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pembelajaran Kewirausahaan Sebagai Penggerak Ekonomi Indonesia. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi (Senmea)*, 259–269. <https://doi.org/10.31227/osf.io/6wfbv>
- Rohim, A., & Salsabila, N. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Guna Sinergitas BUM Desa Dan Pelaku UMKM. *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 4, 127–132. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/article/view/1015>
- Situmorang, D. M. (2020). Pelatihan Dan Penerapan Sistem Akuntansi Pada BUM Desa Di Kabupaten Bengkayang. *CENDEKIA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 58–66. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32503/Cendekia.v2i1.953>
- Sofyan, I. (2015). *Teknik Penyusunan Manajemen Strategi Pemerintah dan Usaha* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Suartana, I. W. (2020). Business Resilience of Village-Owned Enterprises in the Pandemic Era: A Case Study Approach. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 253–263.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 1 (2008).

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, (2014).
- Arifen, S. R., Purwanti, V. D., Suci, D. A., Agustawan, R. H., & Sudrajat, A. R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 3(1), 1–7. <https://knia.stialanbandung.ac.id/index.php/knia/article/view/112>
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @SOUVENIRMURAH_TA Di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(1), 135–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2418>
- Hapsari, N. M., Prawiradilaga, R., & Muhandi. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Kebermanfaatan , dan Kualitas Informasi terhadap Minat Masyarakat Kota Bogor dalam Penggunaan Layanan Telemedicine. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 4(3), 100–119.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Indriastuti, H., Cona, F. D. A., Nisyam, K., & Ashari, F. (2021). Peningkatan Tata Kelola BUM Desa Sepuluh Hati Desa Loa Duri Ilir – Kutai Kartanegara. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 366–371. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2517>
- Izzuddin, A., Santoso, B., & Moulinda, T. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner BUM Desa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4947>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). *Marketing 5.0 : Technology For Humanity* (A. Tarigan (Ed.)). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniaditama, A., Bagaskara, M. C., Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Edukasi Berbagai Alternatif Sumber Pendanaan Bagi Pengembangan UMKM. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 1023–1032. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i4.9377>
- Maulana, M. H. H. (2020). The Effect Of Emotional Marketing On Donation Intention (Study On Advertising In Kitabisa.com Crowdfunding Media Platform). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8.
- Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015* (Issue 9). (2015). Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Pramono, R., Abdurahman, A., & Juliana, J. (2022). Marketing Mix Strategy Formulation and Creating Value Co-Creation in School Education. *Indonesian Marketing Journal*, 1(1), 51. <https://doi.org/10.19166/imj.v1i1.5105>
- Purwanti, T., Jati, A. N., Utami, T., Kuntaryanto, O., & Nugrahani, C. (2021). Pendidikan Dan Pelatihan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Desa Melalui BUM Desa Sebagai Kekuatan Ekonomi Baru Di Desa Jimbung Kecamatan Kalikotes Kabupaten Klaten. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 282. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2998>
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., & Andriana, A. N. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 828–839.
- Rindrayani, S. R. (2016). Strategi Pengembangan Umkm Melalui Pembelajaran Kewirausahaan Sebagai Penggerak Ekonomi Indonesia. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi (Senmea)*, 259–269. <https://doi.org/10.31227/osf.io/6wfbv>

- Saparita, R., Hidajat, E. W., & Apriliyadi, E. K. (2019). Pengembangan ekonomi desa penghasil kopi melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi di Kabupaten Belu. *Riau Journal of Empowerment*, 2(2), 81–91. <https://doi.org/10.31258/raje.2.2.81-91>
- Scott, S. (2020). Snowball Sampling. *SAGE Research Methods Foundations*, 2019, 0–2. <https://doi.org/10.4135/Official>
- Soewito, S., Febidhanty, G., Suwandi, S., & Handayani, A. (2018). Analisis Relationship Marketing (Pemasaran Relasional) Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Telkomsel Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 15, 1–58. [jurnal rujukan/bab 2/j 2.pdf](https://doi.org/10.31258/raje.2.2.81-91)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, (2014).
- Widyawati, S., & Wayan, N. (2017). Strategi Pembangunan Pariwisata melalui Sinergitas Dinas Pariwisata dengan Desa Adat. *Citizen Charter*, 1–6.
- Winarso, W. (2018). Analisa Strategi Marketing Dalam Mengidentifikasi Dan Memilih Pasar Sasaran Perusahaan. *Jurnal Karya Ilmiah*, 17(2), 1–17.

