

Edukasi Pemasaran Digital pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Ahmad Zainuddin ¹⁾, Illia Seldon Magfiroh ²⁾, Intan Kartika Setyawati ³⁾, Rena Yunita Rahman ⁴⁾

^{1,2,3,4)} Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Jember

¹⁾ corespondent*: zainuddin91.faperta@unej.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan : 18 Oktober 2024

Diterima : 13 Januari 2025

Diterbitkan : 31 Mei 2025

Doi :

<https://doi.org/10.56190/jat.v4i2.77>

Keywords:

e-commerce; marketplace; pemasaran; pemasaran digital; aplikasi

Kata Kunci:

e-commerce; marketplace; marketing; digital marketing; apps

© 2025 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



ABSTRACT

Marketing of BUMDes Trijaya rice in Balung Lor Village is still limited to the Balung area where marketing is only placed in several shops in the Balung area. Therefore, to expand the marketing reach of this BUMDes product, a program was implemented as part of community service activities to provide digital marketing education through the creation of a BUMDes website. The purpose of this community service activity is to introduce and assist in creating digital marketing applications for BUMDes administrators. The methods used in village assistance activities include socialization, training, and assistance in creating digital marketing accounts and BUMDes websites. Training and mentoring activities related to digital marketing education for BUMDes in Balung Lor Village have expanded the marketing reach of BUMDes products. Additionally, this service activity is expected to increase revenue from BUMDes product sales, enabling recognition by the broader community locally and nationally. This training enables BUMDes to market and sell products online via websites and marketplaces, which has implications for increasing revenue. To utilize e-commerce tools effectively, increased guidance and monitoring are required for BUMDes to create a website and sell products online. Additionally, continuing the mentoring program on BUMDes financial management will help them improve further..

ABSTRAK

Pemasaran beras BUMDes Trijaya di Desa Balung Lor masih terbatas. Produk hanya dipasarkan di wilayah sekitar Balung saja. Sistem pemasaran dilakukan dengan cara menitipkan barang dagangan beras di beberapa toko wilayah Balung. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran beras di Desa Balung Lor masih terbatas. Guna memperluas jangkauan pemasaran, tim pengabdian membuat program edukasi pemasaran digital dengan cara membuat website BUMDes. Tujuannya adalah untuk mengenalkan dan mendampingi pembuatan aplikasi pemasaran digital kepada pengurus. Metode pendekatan

yang digunakan dalam kegiatan pendampingan desa yaitu sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan membuat akun pemasaran digital serta website. Kegiatan ini telah mampu memperluas wilayah pemasaran produk, serta diharapkan dapat meningkatkan pendapatan BUMDes. Melalui program ini, BUMDes dapat dengan mudah melakukan pemasaran dan penjualan produk secara online, baik melalui website maupun marketplace. Penggunaan aplikasi pemasaran atau e-commerce oleh BUMDes memerlukan bimbingan dan monitoring hingga mereka mampu membuat website serta memasarkan produknya. Keberlanjutan program pelatihan pendampingan terkait manajemen keuangan BUMDes juga dibutuhkan, sehingga BUMDes dapat berkembang menjadi lebih baik.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi ekonomi global, termasuk sektor usaha yang berada di pedesaan (Dsouza & Panakaje, 2023; Siantur, 2017). Salah satu sektor tersebut adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Sebagai salah satu sektor usaha, BUMDes diharapkan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian desa atau daerah. BUMDes sebagai tulang punggung perekonomian desa dapat memberikan sumbangan terhadap perekonomian desa, khususnya pendapatan asli daerah (PAD) (Darwita & Redana, 2018; Novita, R., & Hermawan A., 2021; Syata, 2024).

BUMDes telah dikembangkan secara menyeluruh di Indonesia, salah satunya ada di Kabupaten Jember. Peran BUMDes di Kabupaten Jember memiliki potensi dalam meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Data Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (PMD) Kabupaten Jember menyebutkan bahwa pada tahun 2023 terdapat sekitar 248 BUMDes yang aktif serta berkontribusi terhadap perekonomian sebesar Rp. 28,7 Miliar. Angka ini menunjukkan peran vital BUMDes dalam meningkatkan perekonomian desa dan menciptakan tenaga kerja. Namun demikian, dari sebagian besar BUMDes yang ada di Kabupaten Jember, hanya Sebagian kecil BUMDes yang telah memanfaatkan teknologi digital atau *e-commerce* dalam pemasarannya. Padahal keberadaan teknologi pemasaran digital berpotensi untuk memperluas pasar hingga tingkat nasional. Sebagaimana penelitian Ibanah et al. (2024) yang menyebutkan hanya sebesar 24,37 persen usaha yang telah menggunakan teknologi digital dalam pemasarannya. Artinya masih banyak

BUMDes yang mengandalkan pemasaran konvensional, termasuk BUMDes Trijaya Balung Lor, Kecamatan Jember, Kabupaten Jember.

BUMDes Trijaya berperan dalam mengelola sumber daya serta aset desa yang dapat meningkatkan perekonomian dan memberdayakan masyarakat (Darwita & Redana, 2018; Sri & Dewi, 2014). BUMDes Balung Lor menaungi beberapa kegiatan, khususnya pengolahan padi menjadi beras. BUMDes memiliki fungsi sebagai lembaga sosial dan ekonomi. Sebagai lembaga sosial, BUMDes berperan dalam menyelenggarakan pelayanan sosial, sedangkan peran dalam perekonomian adalah membantu desa dalam memperoleh keuntungan serta meningkatkan pendapatan desa dan Masyarakat (Ahmad et al., 2018; Anggraeni, 2016; Murwanti & Sholahuddin, 2014; Suhu et al., 2020).

BUMDes Balung Lor yang masih tergolong baru memiliki komoditas unggulan berupa usaha beras dengan merek TRIJAYA. Adapun pemasaran beras masih terbatas di wilayah Balung. Pemasaran hanya dititipkan pada beberapa toko di wilayah Balung. Oleh karena itu, untuk memperluas jangkauan pemasaran produk BUMDes, program pengabdian yang telah dilaksanakan adalah edukasi pemasaran digital melalui pembuatan website BUMDes. Edukasi menasar pada pengurus BUMDes guna melakukan pemasaran secara digital, sehingga produk dapat dikenal lebih luas. Pemasaran online dapat meningkatkan penjualan produk BUMDes ke seluruh pelosok Indonesia tanpa batasan waktu dengan biaya yang relatif rendah dibanding pemasaran konvensional (Alimuddin et al., 2023; Faris et al., 2018).

Kegiatan pengabdian dengan mengembangkan pemasaran BUMDes sudah pernah dilakukan. Pengabdian sebelumnya lebih banyak melakukan pelatihan, pengenalan teknologi digital, dan pembuatan platform pemasaran digital (Alimuddin et al., 2023; Hastriyandi, 2018; Widayanti & Oktafia, 2021). Sedangkan dalam pengabdian ini juga melakukan hal serupa, tetapi dengan menambahkan proses-proses pendampingan hingga produk siap untuk dipasarkan secara digital. Adapun tujuan kegiatan adalah : (1) Untuk mengenalkan aplikasi pemasaran digital, seperti Shopee, kepada pengurus BUMDes. (2) Untuk mendampingi pembuatan website BUMDes, sehingga pemasaran produk dapat lebih luas.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Alternatif pemecahan masalah yang dilakukan dalam pengabdian adalah dengan melakukan edukasi pemasaran digital melalui pembuatan website BUMDes. Pengurus BUMDes juga akan diedukasi untuk melakukan pemasaran secara digital, sehingga jangkauan pemasaran akan menjadi lebih luas. Pengurus BUMDes dilatih untuk membuat website dan akun *marketplace* -Shopee dan Bukalapak- guna memasarkan produk yang dihasilkan oleh BUMDes. Pelatihan ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Ceramah dan tanya jawab tentang pemasaran digital yang dapat dilakukan oleh BUMDes;
2. Memberikan pelatihan terkait pembuatan website dan *marketplace*, seperti Shopee dan Bukalapak;
3. Mempraktikkan pembuatan pembuatan website dan akun *marketplace* seperti Shopee dan Bukalapak.

2.2 Realisasi Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah yang telah dirumuskan kemudian direalisasi oleh penulis dalam melaksanakan pengabdian. Beberapa tindakan yang telah dilakukan adalah:

- 1) Persiapan Kegiatan pengabdian
 - a. Sebelum melakukan kegiatan pengabdian, penulis melakukan persiapan sebagai berikut:
 - a. Melakukan studi literatur terkait pemasaran digital, pembuatan website, dan akun *marketplace*;

- b. Menyiapkan alat yang dibutuhkan untuk kegiatan pelatihan, seperti komputer dan Wi-Fi;
- c. Menentukan waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian;
- d. Menentukan dan menyiapkan materi pemasaran digital yang akan disampaikan dalam kegiatan pengabdian.

2.3 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan pendampingan ini adalah pengurus dan karyawan BUMDes Balung Lor sebagai pelaku utama dalam implementasi program. Adapun jumlah pengurus sebanyak tiga orang dan karyawan BUMDes berjumlah dua orang. Harapan setelah kegiatan ialah pengurus BUMDes dapat menyebarluaskan hasil kegiatan pada anggota atau usaha mikro, kecil, dan menengah yang berada di bawah naungan BUMDes.

2.4 Metode Pendampingan Desa (Mekanisme Kegiatan)

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pendampingan desa, yaitu sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dalam pembuatan akun pemasaran digital dan website BUMDes. Sosialisasi mengenai informasi seluruh kegiatan program serta tahapan pembuatan akun pemasaran digital dan website. Selain itu, akan dilakukan pendampingan penjualan secara online dan pengisian menu di website BUMDes. Tahap terakhir ialah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilaksanakan setelah program berjalan untuk melihat keberlanjutan program. Adapun evaluasi dilakukan untuk melihat dampak dari kegiatan pelatihan setelah program selesai.

2.5 Waktu dan Tempat Kegiatan

Adapun waktu pelaksanaan kegiatan dilaksanakan selama empat kali pelatihan, yaitu pada tanggal 1 Maret 2024 berupa pelaksanaan FGD dengan kepala Desa dan Ketua BUMDes. Kemudian pada tanggal 16 Maret 2024 (pukul 09.00 s.d 13.00 WIB) telah dilaksanakan pemberian materi pemasaran digital dan pelatihan pembuatan website untuk BUMDes. Tanggal 17 Maret 2024 (pukul 13.00 s.d 17.00 WIB) telah dilaksanakan pelatihan pembuatan akun Shopee, dan pada tanggal 26 Maret 2024 (Pkl. 09.00 s.d 13.00 WIB) telah dilaksanakan pelatihan pembuatan akun Bukalapak. Tempat pelaksanaan pengabdian berada di Kantor BUMDes Trijaya Balung Lor, Kecamatan

Balung, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Kegiatan monitoring dilakukan sebulan setelah dilaksanakan pelatihan, yaitu pada tanggal 30 April 2024. Monitoring dilakukan untuk melihat keberlanjutan sistem pemasaran online yang telah dilaksanakan oleh BUMDes.

2.6 Sarana dan Alat yang Digunakan

Adapun alat dan sarana yang digunakan dalam kegiatan pelatihan ini adalah laptop sebanyak empat buah, handphone, dan Wi-Fi yang telah difasilitasi oleh pihak BUMDes.

2.7 Pihak-pihak yang Terlibat

a. Pemerintah Daerah Kabupaten Jember
Universitas Jember telah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Jember untuk mengadakan pendampingan kepada desa-desa di Kabupaten Jember. Kerja sama ini diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat Jember, khususnya untuk meningkatkan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa.

b. Universitas Jember

Peranan Universitas adalah menjalin kerja sama dengan pemerintah Kabupaten Jember untuk mengadakan pendampingan kepada desa-desa di Kabupaten Jember. Selain itu, Universitas Jember berperan dalam menyediakan tenaga pendamping sesuai dengan kebutuhan di setiap desa. Adapun manfaat bagi Universitas Jember adalah terlaksananya kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pengabdian kepada masyarakat.

c. Kecamatan Balung

Peran Kecamatan Balung adalah memetakan kebutuhan dosen pendamping sesuai bidang yang dibutuhkan masing-masing desa. Adapun Manfaat bagi Kecamatan Balung adalah harapan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di dan mampu meningkatkan pendapatan asli daerah.

d. Desa Balung Lor

Peran Desa Balung dalam kegiatan ini adalah memetakan kebutuhan dosen pendamping sesuai bidang yang dibutuhkan oleh desa dan memetakan permasalahannya. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan Pendapatan Asli Desa (PADes).

e. BUMDes

BUMDes merupakan sasaran yang terlibat langsung dalam pengabdian ini. pihak yang terlibat adalah ketua BUMDes, sekretaris, bendahara dan pengurus BUMDes.

2.8 Kendala yang Dihadapi dan Upaya Pemecahannya

Adapun kendala yang dihadapi selama pelaksanaan pengabdian antara lain:

- Kendala jaringan yang terkadang lambat, sehingga pelaksanaan kegiatan menjadi sedikit lebih lama. Pemecahannya, yaitu menambahkan kecepatan internet melalui pengajuan kepada Desa pada pelatihan berikutnya.
- Jadwal pengabdian yang terkadang bentrok dengan jadwal mengajar dan praktikum. Pemecahannya dilakukan dengan menyepakati hari dan jam pelaksanaan yang tidak bersamaan dengan jam mengajar ataupun praktikum.
- Sebagian pengurus tidak memiliki laptop sebagai sarana pelatihan. Pemecahannya adalah sebagian peserta menggunakan handphone sebagai sarana pelatihan.

2.9 Evaluasi / Indikator Capaian

Evaluasi program ini dilaksanakan guna mengetahui hasil dan perkembangan dari pelaksanaan program pendampingan yang telah direncanakan sebelumnya. Kegiatan evaluasi dilaksanakan dengan cara membandingkan keadaan mitra sebelum dan setelah dilaksanakan program.

- Program sosialisasi kegiatan, indikatornya adalah pemahaman mitra mengenai program yang akan dilakukan. Kriterianya adalah seluruh pengurus dan karyawan BUMDES mengerti dan mengikuti kegiatan sampai selesai. Instrumen yang digunakan berupa *check list*, observasi, dan wawancara;
- Pelatihan pembuatan akun pemasaran digital, seperti Shopee. Indikator keberhasilannya adalah mitra telah terdaftar sebagai pengguna pada aplikasi pemasaran digital. Kriterianya adalah pembukaan toko online seperti Shopee, dan lain-lain. Instrumen yang digunakan berupa observasi.
- Pelatihan pembuatan website. Indikator keberhasilannya adalah pembuatan website di internet. Kriterianya adalah tersedianya website beserta menu-menu dalam website sehingga dapat dijadikan sebagai media promosi BUMDes. Instrumen yang digunakan adalah observasi
- Pendampingan mitra. Indikator keberhasilannya adalah pemahaman dan keterampilan mitra dalam melakukan

pemasaran secara online. Kriterianya adalah peningkatan kemampuan dalam melakukan pemasaran secara online. Instrumen yang digunakan berupa *check list*, observasi, dan wawancara.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Badan Usaha Milik Desa Trijaya yang terletak di Desa Balung Lor, Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan salah satu BUMDes yang tergolong baru, tetapi memiliki potensi untuk dikembangkan. Usaha utama dari BUMDes Trijaya adalah bergerak di bidang pemasaran beras yang dilabel dengan nama Beras Trijaya. Selain memiliki usaha pemasaran beras, BUMDes Trijaya juga memiliki mini market yang dikelola untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terkait kebutuhan sehari-hari. Permasalahan utama yang dihadapi oleh BUMDes Trijaya adalah pada pemasaran yang terbatas pada wilayah Balung Lor saja, sehingga diperlukan suatu strategi pemasaran khususnya secara digital untuk memperluas wilayah pemasaran. Oleh karena itu, pada kegiatan pengabdian ini dilakukan pelatihan dan edukasi pemasaran digital pada BUMDes Trijaya Balung Lor.

Pelaksanaan kegiatan program pengabdian dilakukan mulai dari tahap pertama, yaitu sosialisasi kegiatan yang berlokasi di Desa Balung Lor, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Adapun sosialisasi dilakukan untuk menjelaskan berbagai program pelatihan yang dibutuhkan oleh BUMDes. Kegiatan sosialisasi dilakukan kepada Kepala Desa dan Ketua BUMDes Trijaya Balung Lor secara terpisah.



Gambar 1 Sosialisasi kepada Kepala Desa Balung Lor

Pelaksanaan sosialisasi lebih banyak mendiskusikan keinginan desa dan BUMDes terkait program Pengabdian yang akan

dilakukan. Sosialisasi juga menekankan pemasaran produk yang akan dijalankan oleh BUMDes Trijaya serta cara memasarkannya secara efektif dan efisien. Salah satunya melalui pemasaran digital dengan berbasis teknologi. Penggunaan teknologi akhir-akhir ini telah berkembang dengan pesat. Semua kegiatan dapat dilakukan hanya melalui genggaman, termasuk memasarkan produk. Penggunaan internet dan *smartphone* yang semakin meningkat menjadi indikator perkembangan dunia digital, sehingga dapat menjadi acuan dalam proses memasarkan produk.

Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 10,12% dalam satu tahun. Adapun secara keseluruhan, pengguna internet mengalami peningkatan dari 54,68% di tahun 2018 menjadi 64,80% di tahun 2019. Jika dihitung sampai Januari tahun 2017, sebesar 48% pengguna internet di Indonesia telah melakukan pencarian sebuah barang atau jasa secara daring, 46% pengguna internet mengunjungi toko online, 34% pengguna internet telah melakukan aktivitas transaksi online, dan 33% pengguna internet telah melakukan transaksi secara online menggunakan perangkat telepon genggam atau gadget (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2019). Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa telah terjadi perubahan perilaku masyarakat yang menuju gaya hidup berbasis teknologi, khususnya internet. Berdasarkan data di atas, juga dapat diketahui bahwa peluang mengembangkan bisnis online sangat bagus karena diimbangi teknik pemasaran digital yang mumpuni.

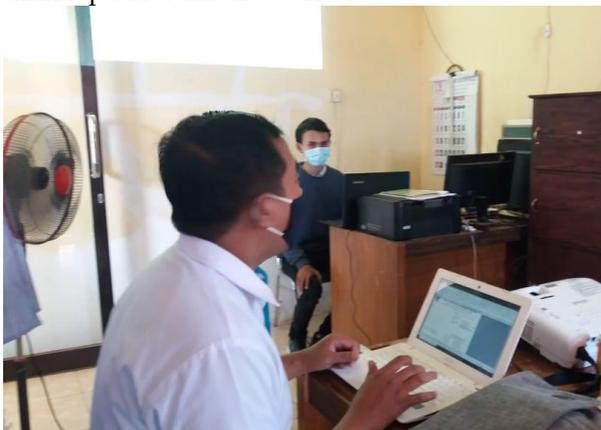


Gambar 2 Kantor dan Minimarket BUMDes Trijaya

Trend pemasaran online yang terus meningkat ini perlu dimanfaatkan guna membentuk jejaring pemasaran BUMDes.

Selain itu, diperlukan strategi dan jaringan pemasaran yang kuat guna membangun relasi bisnis BUMDes (Oktaviani & Rustandi, 2018). Beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menjalin kerja sama bisnis antar BUMDes atau dengan perusahaan yang menyediakan bahan baku, membuat saluran pemasaran digital dengan membangun profil bisnis, membangun layanan dan kerja sama melalui situs website, dan memanfaatkan interaksi media sosial yang memungkinkan dalam mengenalkan produk BUMDes kepada pelanggan -misalnya melalui Facebook, Instagram maupun media WhatsApp-.

Tahapan kegiatan berikutnya adalah melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pengurus BUMDes dalam memanfaatkan teknologi untuk kepentingan pemasaran digital. Pelatihan dan pendampingan pengelolaan BUMDes Trijaya dilakukan dengan memberikan edukasi mengenai pembuatan website serta pembuatan akun media penjualan berbasis digital. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pelatihan kepada pengurus BUMDes mengenai pembuatan website dengan memanfaatkan domain gratis, seperti Wixsite dan Google Sites. Tim pengabdian memberikan gambaran, tutorial, dan pendampingan dalam membuat website. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta memperluas wilayah pemasaran BUMDes Trijaya. Peningkatan pengetahuan dan pelatihan terkait website akan meningkatkan pendapatan BUMDes (Anggraeni, 2016; Arindhawati & Utami, 2020; Ninik et al., 2019; Novita, R., & Hermawan A., 2021; Nur et al., 2023; Suhu et al., 2020; Zakiyah & Fuadi, 2022). Adapun kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan website dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3 Pemberian Pelatihan terkait Pembuatan Website untuk Pemasaran



Gambar 4 Tutorial Pembuatan Website untuk Pemasaran

Pada Era digital sekarang ini, penggunaan teknologi sangat penting dan memiliki peran strategis untuk pengembangan bisnis. Dalam pemasaran, teknologi informasi juga mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan pemasaran. Dalam ilmu ekonomi terdapat istilah Siklus Hidup Produk, yang berarti membagi produk dalam beberapa kondisi (Chaffey & Smith, 2008; Oktaviani & Rustandi, 2018; Rowan, 2002). Hal ini juga akan dialami oleh BUMDes Trijaya dengan melalui beberapa tahapan sebelum mencapai tahap dewasa. Guna mempertahankan eksistensi produk BUMDes, diperlukan pemasaran digital melalui pembuatan website tersebut.

Selain melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan website, program kegiatan ini juga memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan akun Shopee dan Bukalapak guna membantu memasarkan produk BUMDes Trijaya. Edukasi *marketplace* meliputi pembuatan akun penjualan, pengenalan transaksi, dan proses pembayaran yang dilakukan oleh Shopee dan Bukalapak. Pada pelatihan ini, juga dilakukan pendampingan terkait penginputan data barang berupa foto produk, harga yang ditawarkan, jumlah stok yang disediakan, dan pencairan dana melalui bank sesuai dengan *marketplace* yang digunakan. Adapun dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 5 dan 6 berikut.



Gambar 5 Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Akun Shopee



Gambar 6 Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Akun Bukalapak

Rangkaian kegiatan terakhir yang dilakukan dalam pengabdian adalah mengenalkan jasa pengiriman barang kepada BUMDes Trijaya. Hal ini dilakukan guna memudahkan dan melancarkan kegiatan pengiriman barang tanpa proses pengantaran oleh BUMDes, yakni melalui pihak pengantar paket atau jasa pengiriman. Salah satu kegiatan yang dilakukan ialah mengenalkan SOP pengiriman melalui jasa kirim yang dipilih. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, BUMDes Trijaya diharapkan dapat melakukan pemasaran secara digital melalui website maupun *marketplace*. Selain itu, diharapkan adanya keberlanjutan dari program ini terkait pengembangan BUMDes Trijaya, khususnya dalam perluasan wilayah pemasaran produk BUMDes.

Hasil kegiatan dapat dilihat dari terbentuknya toko online BUMDes Balung Lor yang ada di Shopee dengan nama "Tiga Berkah Sejahtera". Toko online ini telah menjual beberapa produk dari BUMDes, yaitu produk pangan seperti beras, minyak, dan lain sebagainya. Pemasaran online memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan BUMDes Trijaya Balung Lor. Gambar berikut merupakan penjualan produk BUMDes melalui aplikasi Shopee (Gambar 7).



Gambar 7. Pemasaran online Produk BumDes melalui aplikasi Shopee

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait edukasi pemasaran digital pada BUMDes di Desa Balung Lor, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember telah memberikan manfaat berupa perluasan wilayah pemasaran produk. BUMDes dapat dengan mudah memasarkan dan menjual produknya secara online melalui website maupun *marketplace* yang telah diajarkan, sehingga berimplikasi terhadap peningkatan pendapatan BUMDes Trijaya.

Terdapat dua rekomendasi saran yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja BUMDes, yaitu (1) Diperlukan peningkatan kegiatan bimbingan dan monitoring pada penggunaan aplikasi pemasaran *e-commerce*, sehingga BUMDes benar-benar dapat membuat website dan memasarkan produknya melalui *marketplace* yang telah diajarkan; (2) Diperlukan keberlanjutan program pelatihan pendampingan terkait manajemen organisasi serta keuangan BUMDes, sehingga BUMDes dapat berkembang menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, O. ; Ihsan, N., Profesor, J., Soedarto, H., Hukum, S., & Semarang, T. (2018). Analisis Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Gerbang Lentera Sebagai Penggerak Desa Wisata Lerep. *Journal of Politic and Government Studies*, 7(04), 221-230.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/21911>
- Alimuddin, H., Abdullah, A., & Razak, F. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Badan

- Usaha Milik Desa (BUMDes). *Jurnal IPMAS*, 3(3), 174–182. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.3.2023.361>
- Anggraeni, M. R. R. S. (2016). Peranan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Pada Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan Studi Pada Bumdes Di Gunung Kidul, Yogyakarta. *Modus*, 28(2), 155. <https://doi.org/10.24002/modus.v28i2.848>
- Arindhawati, A. T., & Utami, E. R. (2020). Dampak Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Ponggok, Tlogo, Ceper dan Manjungan Kabupaten Klaten). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 43–55. <https://doi.org/10.18196/rab.040152>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). Survey Pengguna Internet Indonesia. Diakses 24 September 2024, dari <https://survei.apjii.or.id/>.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2008). *e-Marketing Excellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Elsevier.
- Darwita, I. K., & Redana, D. N. (2018). Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Penanggulangan Pengangguran Di Desa Tejakula Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng. *E-Journal Universitas Panji Sakti*, 9(1), 51–60.
- Dsouza, A., & Panakaje, N. (2023). A Study on the Evolution of Digital Marketing. *International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education*, 7(1), 95–106. <https://doi.org/10.47992/ijcsbe.2581.6942.0248>
- Faris, M. I., Sembodo, G., Hasanah, L. U., & ... (2018). Pelatihan Sukses Berbisnis Online Memajukan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemasaran Online Putat Jaya Surabaya. *Jurnal Abdikarya ...*, 01(1). <http://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/abdikarya/article/view/2041>
- Hastriyandi, H. (2018). Penerapan Sistem Pemasaran Berbasis Online pada Produk Badan Usaha Milik Desa (BumDes) “Usaha Bersama” Desa Sebayan Kabupaten Sambas. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 189–195.
- Ibanah, I., Hasanah, J., Purnamasari, M., Supriono, A., & Hani, E. S. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Pemasaran Digital dan Program Pariwisata “Segitiga Emas” di Desa Mumbulsari Kabupaten Jember. *Jurnal Abdimas Terapan (JAT)*, 4(1), 31–37.
- Murwanti, S., & Sholahuddin, M. (2014). Strategi Dan Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Laba Usaha Pengrajin Tempe Di Sukoharjo, Jawa Tengah. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 30–40.
- Ninik, H., Purnawati, E., & Nurjannah, H. (2019). Pelaksanaan Fungsi Manajemen Dalam Pengembangan Usaha Pada Sentra Kerajinan Nentuu Mekar Baru (Bumdes) Di Desa Korihi Kecamatan Lohia Kabupaten Muna. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–11.
- Novita Riyanti, & Hermawan Adinugraha, H. (2021). Optimalisasi Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Singajaya Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Di Desa Bodas Kecamatan Watukumpul). *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 80–93. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2021.v2i1.180-93>
- Nur, M., Hakim, R., & Hariady. (2023). Analisis Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sipakamase Pincara Kabupaten Pinrang. *Jurnal Ilmiah Pemerintahan*, 11(3), 185–193.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Rowan, W. (2002). *Digital Marketing: Using New Technologies to Get Closer to Your Customers*. Kogan Page.
- Siantur, P. (2017). Peran Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inspirasi*, 8(2), 51–55.
- Sri, A., & Dewi, K. (2014). Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Upaya dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) serta Menumbuhkan Perekonomian Desa. *Journal of Rural and Development*, 5(1), 1–14.
- Suhu, B. La, Djae, R. M., & Sosoda, A. (2020). Analisis Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) di Desa Geti Baru Kecamatan Bacan Barat Utara Kabupaten Halmahera Selatan. *Jurnal Government of Archipelago, vol I(1)*, 1–7.
- Syata, W. M. (2024). Peran BUMDes dalam

- Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa. *JUMABI: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 69-75. <https://doi.org/10.56314/jumabi.v2i2>
- Widayanti, R. E., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Produk Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) "Sukses Bersama" Desa Sugihwaras Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 242-252. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6847](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6847)
- Zakiah, S., & Fuadi, A. (2022). Analisis Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mozaik Desa Pematang. *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 01(02), 2963-0975. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya>