

PEMBERDAYAAN BUMDES MELALUI EDUKASI DIGITAL MARKETING DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA

Bahtiar Herman^{1*}, Haslindah², Muh. Abduh Anwar³, Aksal Mursalat⁴, Mutmainnah⁵

^{1,3}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia

²Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia

⁴Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia

⁵Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia

bahtiarherman.bh@gmail.com¹, haslindahpratiwi7@gmail.com², muhabduhanwar@umsrappang.ac.id³,
Aksalmursalat@gmail.com⁴, mutmainnaashari@gmail.com⁵

ABSTRAK

Abstrak: Dalam upaya menghadapi persaingan global dan memperluas pasar produk lokal, pemberdayaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) menjadi penting. Jadi, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang digital marketing, kemampuan softskill dan hardskill anggota BUMDes, serta pertumbuhan pendapatan BUMDes melalui peningkatan efektivitas pemasaran produk lokal. Pengabdian ini fokus pada BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo, yang mengalami kendala dalam pemasaran produk dan kurangnya pemahaman tentang digital marketing. Metodenya melibatkan sosialisasi, penyuluhan, dan pelatihan digital marketing, melibatkan 15 anggota BUMDes serta tim pengabdian. Evaluasi dilakukan melalui pemantauan, wawancara, analisis penjualan, dan post-test. Hasilnya, terjadi peningkatan pemahaman tentang digital marketing dari 45,75% menjadi 75,43%, sementara kemampuan softskill dan hardskill mengalami peningkatan lebih dari 60%. Peningkatan ekonomi diukur dengan pertumbuhan pendapatan BUMDes melalui penjualan produk yang lebih efektif.

Kata Kunci: BUMDes; Digital Marketing; Ekonomi Lokal; Edukasi; Hardskill; Pemberdayaan; Penjualan; Persaingan Usaha; Pengetahuan; Softskill.

Abstract: In an effort to face global competition and expand the market for local products, empowering Village-Owned Enterprises (BUMDes) is important. Thus, the objective of this activity is to improve the understanding of digital marketing, softskill and hardskill capabilities of BUMDes members, as well as revenue growth of BUMDes through increasing the effectiveness of local product marketing. This service focused on BUMDes "KARYA BERSAMA" of Lombo Village, which experienced constraints in product marketing and lack of understanding on digital marketing. The method involved socialisation, counselling, and digital marketing training, involving 15 BUMDes members as well as the service team. Evaluation was conducted through monitoring, interviews, sales analysis, and post-test. As a result, there was an increase in understanding of digital marketing from 45.75% to 75.43%, while soft skills and hard skills improved by more than 60%. Economic improvement is measured by the growth of BUMDes' revenue through more effective product sales.

Keywords: BUMDes; Digital Marketing; Local Economy; Education; Hardskill; Empowerment; Sales; Business Competition; Knowledge; Softskill.



Article History:

Received: 31-08-2023

Revised : 21-09-2023

Accepted: 13-10-2023

Online : 01-12-2023



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, dunia usaha telah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan. Perkembangan teknologi dan munculnya Revolusi industri 4.0 menjadi salah satu tantangan besar yang harus dihadapi. Banyak dampak yang timbul salah satunya akan berdampak terhadap penyerapan sumber daya manusia. Namun hal ini juga membuka peluang yang besar (Setiyani et al., 2021). Pengelolaan sumber daya manusia merupakan salah satu langkah yang dilakukan untuk menghadapi dan memanfaatkan peluang ini (Islami & Fitria, 2019).

Persaingan bisnis tidak lagi terbatas pada skala lokal, tetapi telah meluas menjadi perangkat global (Silajadja et al., 2023). Fenomena ini membawa dampak positif dan tantangan yang mendalam bagi usaha-usaha, terutama bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di seluruh dunia. Di tengah ketatnya persaingan global, BUMDes "KARYA BERSAMA" di Desa Lombo menghadapi berbagai tantangan yang perlu ditangani secara strategis.

Mitra pengabdian, yaitu BUMDes "KARYA BERSAMA", mengalami kendala dalam menjaga daya saing produk-produk lokal mereka di pasar yang semakin global hal ini sejalan dengan Nursanty et al. (2023) yang menyatakan bahwa banyak usaha yang lupa akan pentingnya menjaga daya saing. Terbatasnya pengetahuan tentang pemasaran digital menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan pasar dan menarik minat konsumen baru. Dengan begitu, dilakukan pengabdian ini untuk memberikan edukasi mengenai strategi pemasaran digital yang tepat guna.

Pendapatan terbesar BUM Desa berasal dari jasa penyediaan layanan wifi/jaringan internet bagi masyarakat. Wifi yang dikelola merupakan kerja sama dengan perusahaan penyedia layanan internet. Dengan adanya layanan yang disediakan oleh BUM Desa ini, masyarakat sudah bisa mengakses internet dengan baik dan lancar. Selain itu, BUM Desa juga telah memiliki produk asli desa berupa "Gula Semut" yang merupakan gula aren yang berbentuk serbuk. Produksi produk telah dilakukan dengan baik menggunakan mesin dan juga telah memiliki kualitas yang baik dan bahkan sudah memiliki izin edar dari dinas kesehatan setempat. Namun, penjualan produk ini masih kurang terbukti dengan frekuensi produksi yang masih belum berkelanjutan, beberapa kendala yang dialami berdasarkan hasil survei awal tim pengabdian melihat bahwa kemasan yang masih kurang dari segi design, hal ini disebabkan oleh masih kurangnya inovasi yang diberikan dalam produk yang dihasilkan. Produksi produk baru dilakukan jika ada permintaan, dan permintaan tersebut belum berkelanjutan salah satu penyebabnya adalah kurangnya kualitas SDM, Sehingga pendapatan dari penjualan gula semut ini belum maksimal. Dengan demikian tim pengabdian melihat masih ada masalah kemampuan SDM dalam hal pemasaran produk BUM Desa. Hal ini sejalan dengan yang penelitian yang dilakukan oleh

Arwin (2023) yang menyatakan bahwa kurangnya penjualan dari produk adalah kurangnya stok barang yang tersedia atau tidak ready stok.

Sejumlah penelitian dan pengabdian sebelumnya telah menggarisbawahi pentingnya pemberdayaan BUMDes melalui pendekatan digital marketing. Contohnya, penelitian oleh Chaffey & Smith (2022) menunjukkan bahwa BUMDes yang menerapkan strategi pemasaran digital memiliki peningkatan signifikan dalam penetrasi pasar dan pertumbuhan pendapatan. Selain itu, kebijakan pemerintah yang mengarah pada pemberdayaan ekonomi lokal juga mendukung pentingnya inisiatif semacam ini. Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2022 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara eksplisit menggarisbawahi perlunya dukungan dalam hal pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing.

Dalam rangka menghadapi persaingan usaha yang semakin kompleks, pemberdayaan BUMDes KARYA BERSAMA Desa Lombo, menjadi esensial. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital, yang menghambat kemampuan para pengelola BUMDes untuk bersaing efektif (I. G. S. Putra et al., 2020). Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian ini adalah meningkatkan kompetensi sumber daya manusia (SDM) para pengelola BUMDes. Pengembangan kapasitas pengelola BUMDes tidak hanya mencakup pengembangan SDM individu, tetapi juga memperkuat kapasitas organisasi, mengembangkan sistem, serta reformasi institusi. Dengan pendekatan ini, aktivitas pengabdian akan berfokus pada mengembangkan kompetensi teknis (*technical competency*) para pengelola, yang merupakan keterampilan dan pengetahuan khusus yang diperlukan dalam melaksanakan tugas-tugas pemasaran dan manajemen. Konsep kompetensi ini didukung oleh para ahli seperti Silvana et al. (2023) dan Wahdati et al. (2022), dan diperkuat oleh peneliti terdahulu Zandri, yang menggambarkan bahwa kompetensi merupakan karakteristik dasar individu yang berhubungan langsung dengan kinerja yang unggul dalam pekerjaan.

Selain itu Firdaus et al. (2022), Diperlukan adanya optimalisasi kinerja berupa peningkatan SDM melalui pemahaman mengenai konsep dari strategi marketing seperti pemasaran secara online, sehingga pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk hasil usahanya lebih luas. Melalui upaya edukasi dalam digital marketing, diharapkan para pengelola BUMDes dapat meningkatkan kemampuan mereka secara efisien dan efektif dalam menghadapi persaingan usaha serta mengoptimalkan kinerja BUMDes secara keseluruhan.

Dalam rangka memberikan solusi konkret, pengabdian ini akan menyediakan pelatihan dan edukasi tentang konsep dasar digital marketing kepada BUMDes "KARYA BERSAMA". Ini meliputi pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial, pembuatan konten yang menarik, optimisasi mesin pencari (SEO), dan strategi kampanye daring. Diharapkan bahwa

melalui pendekatan ini, BUMDes dapat mengoptimalkan potensi digital marketing untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka.

Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk memberdayakan BUMDes "KARYA BERSAMA" melalui edukasi digital marketing yang tepat guna. Dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tugiah & Jamilus (2022) yang menyatakan bahwa dirumuskan dua tindakan strategis untuk menghadapi tantangan society 5.0, yaitu: (1) peningkatan kemampuan sumber daya manusia; dan (2) peningkatan kemampuan pemasaran digital, diharapkan BUMDes dapat bersaing secara lebih efektif di tingkat lokal maupun lebih luas. Selain itu, upaya ini juga sejalan dengan visi pemerintah untuk memajukan ekonomi lokal melalui UMKM yang kuat dan berdaya saing.

Dengan latar belakang ini, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing BUMDes "KARYA BERSAMA" di tengah persaingan bisnis yang semakin kompleks. Melalui edukasi digital marketing, diharapkan BUMDes dapat mengambil langkah progresif dalam menghadapi tantangan global dan meraih peluang yang lebih luas.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra kami, BUMDes "KARYA BERSAMA", merupakan Badan Usaha Milik Desa yang berlokasi di Desa Lombo, Kecamatan Pitu Riase, Kabupaten Sidenreng Rappang. BUMDes ini terdiri dari 15 anggota yang aktif terlibat dalam berbagai usaha lokal. Desa Lombo, sebagai lokasi mitra, menghadirkan kondisi lingkungan yang kaya akan potensi produk-produk lokal namun dihadapkan pada kendala pemasaran yang perlu diatasi melalui edukasi digital marketing.

Metode pelaksanaan pemberdayaan BUMDes "KARYA BERSAMA" akan melibatkan serangkaian kegiatan yang melibatkan dosen dan mahasiswa untuk mencapai tujuan pengabdian. Kegiatan ini akan dijalankan melalui beberapa tahap yang melibatkan sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, serta evaluasi dan monitoring untuk memastikan kelancaran dan efektivitas program.

1. Tahap Pra Kegiatan

Pada tahap ini, dosen dan tim pengabdian akan melakukan persiapan yang matang. Ini melibatkan penyusunan rencana detail kegiatan, pemilihan materi, serta penyusunan alur pelaksanaan. Selain itu, komunikasi awal dengan BUMDes "KARYA BERSAMA" juga akan dilakukan untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh mereka dalam berbisnis.

2. Kegiatan Pelaksanaan

Tahap ini terdiri dari beberapa kegiatan yang dirancang untuk memberikan edukasi dan pelatihan dalam digital marketing kepada BUMDes "KARYA BERSAMA". Berikut adalah beberapa kegiatan yang akan dilakukan:

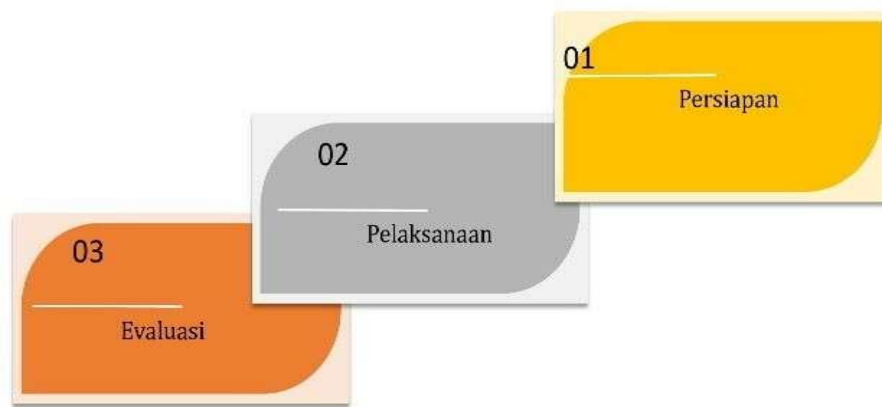
- a. Sosialisasi dan Penyuluhan: Dalam kegiatan ini, dosen dan tim pengabdian akan memperkenalkan konsep pemberdayaan melalui digital marketing kepada BUMDes. Penjelasan mengenai tujuan, manfaat, dan dampak dari strategi pemasaran digital akan disampaikan dengan jelas.
- b. Pelatihan Digital Marketing: Dalam kegiatan ini, peserta akan mendapatkan pelatihan lebih mendalam mengenai konsep digital marketing, menurut Saniyyah et al. (2023) konsep digital marketing menjadi hal penting untuk dikuasai. Materi akan meliputi penggunaan media sosial, pembuatan konten menarik, teknik SEO, dan strategi kampanye digital. Materi akan disajikan dalam bentuk presentasi, diskusi, dan contoh kasus. Adapun pemateri dalam kegiatan penyuluhan kewirausahaan adalah Aksal Mursalat, S.P., M.Si.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi akan dilakukan dalam dua tahap, yaitu selama kegiatan berlangsung dan setelah kegiatan berakhir.

- a. Monitoring Selama Kegiatan: Selama kegiatan berlangsung, dosen dan tim pengabdian akan terus memantau perkembangan pelaksanaan strategi pemasaran digital yang diimplementasikan oleh BUMDes. Ini dapat melibatkan observasi, wawancara, dan pemantauan statistik online untuk mengukur efektivitas strategi.
- b. Evaluasi Pasca Kegiatan: Setelah kegiatan selesai, akan dilakukan evaluasi mendalam untuk mengevaluasi dampak edukasi digital marketing pada BUMDes "KARYA BERSAMA". Ini akan melibatkan wawancara dengan para anggota BUMDes, analisis data penjualan, dan pengumpulan umpan balik melalui angket atau survei online.

Melalui tahap-tahap pelaksanaan ini, diharapkan bahwa BUMDes "KARYA BERSAMA" akan mendapatkan peningkatan dalam pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital, sementara mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan akan mendapatkan pengalaman nyata dalam berkolaborasi dengan sektor usaha lokal. Kegiatan monitoring dan evaluasi bertujuan untuk memastikan bahwa dampak positif dari pengabdian ini dapat diukur dan ditingkatkan di masa mendatang, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra Kegiatan

Pra Kegiatan dimulai dengan penyelenggaraan sosialisasi kepada para pengelola BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo. Sosialisasi ini bertujuan untuk menginformasikan kepada mereka mengenai tujuan, manfaat, serta rencana kegiatan edukasi digital marketing yang akan dijalankan. Dalam sosialisasi ini, dijelaskan pula bagaimana program ini dapat membantu mereka dalam menghadapi tantangan persaingan usaha dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk lokal mereka. Proses ini menjadi penting dalam memastikan partisipasi aktif dan dukungan yang kuat dari para pengelola BUMDes dalam semua tahap pelaksanaan program.

Pada tahap sosialisasi ini, diharapkan para pengelola BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo dapat memahami visi dan manfaat dari program edukasi digital marketing serta merasa termotivasi untuk mengambil peran aktif dalam menjalankannya. Dukungan mereka akan menjadi dasar yang kuat untuk kelancaran dan kesuksesan program ini, serta dapat membantu dalam mencapai hasil yang signifikan dalam pengembangan kapasitas pemasaran digital di tingkat local, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sosialisasi kegiatan Bersama pemerintah Desa dan BUMDes

2. Kegiatan Pelaksanaan

Hasil dari tahap Kegiatan Pelaksanaan ini menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam memberikan edukasi dan pelatihan dalam digital marketing kepada BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo. Melalui serangkaian kegiatan yang dirancang dengan cermat, para anggota BUMDes

berhasil memperoleh pemahaman mendalam mengenai konsep pemberdayaan melalui digital marketing. Sosialisasi dan penyuluhan yang dilakukan oleh dosen dan tim pengabdian sukses memperkenalkan tujuan, manfaat, dan dampak positif yang dapat dihasilkan melalui penerapan strategi pemasaran digital. Informasi yang disampaikan secara jelas memberikan pemahaman yang kuat kepada para peserta tentang bagaimana digital marketing dapat memajukan usaha lokal mereka.

Menurut Fadhilah & Pratiwi (2021) Digital marketing juga sebagai salah satu pendekatan yang efektif dalam memasarkan suatu produk agar bisa sampai kepada pelanggan secara cepat dan tepat waktu. Semakin hari pelaku usaha mulai berubah untuk memanfaatkan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan usaha mereka (Idah & Pinilih, 2020). Menurut, Purnomo (2020) Dengan adanya pelatihan dan pendampingan digital marketing ini dapat bermanfaat dan dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam hal digital marketing dalam membentuk kemandirian BUMDes.

Selanjutnya, pelatihan digital marketing membawa hasil yang positif dalam mengembangkan kompetensi peserta. Materi yang meliputi penggunaan media sosial, pembuatan konten menarik, teknik SEO, dan strategi kampanye digital berhasil diintegrasikan melalui presentasi, diskusi, dan studi kasus. Partisipasi aktif peserta dalam kegiatan ini membantu mereka mengaplikasikan konsep-konsep tersebut secara nyata, meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Mursalat et al. (2022) manfaat dalam melakukan pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi seperti melalui aplikasi e-commerce hal tersebut dapat mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli, mempermudah pemasaran dan promosi barang serta memperluas jangkauan konsumen dengan pasar yang luas. Menurut Siagian et al. (2020) Sistem pemasaran melalui teknologi digital merupakan bentuk kemajuan penjualan yang memungkinkan terwujudnya one on one marketing, yang berarti konsumen dapat berinteraksi secara langsung, real time dan interaktif dengan perusahaan yang menjual berbagai macam produk serta jasanya. Adapun dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan Edukasi Digital Marketing

3. Monitoring dan Evaluasi

Tahap Monitoring dan Evaluasi menghasilkan pemantauan dan evaluasi yang kuat terhadap pelaksanaan program edukasi digital marketing di BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo.

- a. **Monitoring Selama Kegiatan:** Pada tahap ini, dosen dan tim pengabdian secara aktif melacak dan memantau perkembangan pelaksanaan strategi pemasaran digital yang diadopsi oleh BUMDes. Melalui observasi langsung, wawancara terstruktur dengan pengelola BUMDes, serta pemantauan statistik online, tim dapat mengukur tingkat efektivitas strategi yang diimplementasikan. Informasi yang diperoleh dari tahap monitoring ini membantu dalam menyesuaikan pendekatan edukasi dan memberikan rekomendasi yang relevan untuk peningkatan.

Setelah penyampaian materi dan sesi diskusi, dilanjutkan dengan pelaksanaan post test untuk mengukur sejauh mana peningkatan pengetahuan para peserta, yang disesuaikan dengan penelitian Anda. Berdasarkan pretest awal, diperoleh hasil bahwa sebanyak 45,75% anggota BUMDes memiliki pengetahuan terkait digital marketing. Namun, setelah rangkaian penyampaian materi dan diskusi, hasil post test menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan persentase pengetahuan mengenai digital marketing meningkat menjadi 75,43%. Hasil ini menggambarkan dampak positif dari pendekatan edukasi yang diimplementasikan dalam meningkatkan pemahaman para peserta mengenai digital marketing, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi

Pre Test	Post Test
45,75%	75,43%

- b. **Evaluasi Pasca Kegiatan:** Setelah rangkaian kegiatan berakhir, tahap evaluasi dilakukan untuk menganalisis dampak nyata dari edukasi digital marketing pada BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo. Evaluasi ini melibatkan wawancara lebih mendalam dengan para anggota BUMDes untuk menggali pandangan mereka tentang perubahan yang telah terjadi dalam praktik pemasaran dan peningkatan pengetahuan. Data penjualan juga dianalisis untuk mengukur apakah ada peningkatan dalam pendapatan usaha setelah penerapan strategi digital marketing. Selain itu, pengumpulan umpan balik melalui angket atau survei online memberikan pandangan luas mengenai pandangan pengelola BUMDes terhadap efektivitas program edukasi ini dan potensi perbaikan di masa mendatang.

Hasil monitoring dan evaluasi ini memberikan bukti kuat mengenai keberhasilan dan dampak nyata yang dihasilkan oleh program edukasi digital marketing di BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo. Dengan informasi ini, dapat diidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memberikan panduan untuk pengembangan program serupa di masa depan. Dengan adanya kegiatan ini juga BUMDes "KARYA BERSAMA" telah memiliki website yang dapat digunakan untuk memasarkan produknya, hal ini sejalan dengan (Rahmayanie et al., 2022) website berpeluang besar untuk menjadi tempat BUMDes memasarkan produk produk yang dihasilkan oleh unit kerja BUMDes. Dengan adanya website ini akan mempermudah unit usaha BUMDes untuk mempromosikan produknya, menurut E. Putra (2020) Pada dasarnya suatu promosi sangat mempengaruhi dari penjualan produk tersebut. Adapun tampilan website BUMDes KARYA BERSAMA yang dibuat oleh tim PKM beserta dengan pegawai BUMDes setelah menerima pelatihan dan pendampingan tentang pemanfaatan Digital Marketing.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya dalam memberdayakan BUMDes "KARYA BERSAMA" Desa Lombo melalui edukasi digital marketing. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kompetensi dan pemahaman anggota BUMDes mengenai strategi pemasaran digital. Progres peningkatan softskill dan hardskill dalam pengelolaan bisnis mencapai lebih dari 60 persen, yang mengindikasikan dampak positif yang dihasilkan oleh program ini dalam meningkatkan kinerja dan daya saing BUMDes secara keseluruhan.

Saran tindakan lanjutan mencakup pemantauan berkelanjutan terhadap strategi pemasaran digital, kolaborasi dengan lembaga terkait untuk pelatihan tambahan, penelitian lebih mendalam tentang efektivitas strategi tersebut, dan eksplorasi pengabdian di bidang lain seperti teknologi berkelanjutan. Diharapkan langkah-langkah ini akan memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat desa serta memperluas dampak positifnya pada wilayah pedesaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat serta LPPM Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang atas dukungan keuangan dan bimbingan. Juga, terima kasih kepada mitra dan semua yang membantu keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini. Penghargaan khusus diberikan kepada yang berkontribusi dalam pengeditan naskah. Kerjasama selama pelaksanaan program ini memberdayakan BUMDes "KARYA BERSAMA"

Desa Lombo melalui edukasi digital marketing. Terima kasih atas komitmen dan dukungan semua pihak yang terlibat.

DAFTAR RUJUKAN

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Taylor & Francis.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22.
- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa’adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154–162.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi pengembangan digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed*, 9(1).
- Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Dan Hardskill Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran Smk Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 34–40.
- Mursalat, A., Irwan, M., Razak, M. R. R., & Asra, R. (2022). Pemberdayaan Panti Asuhan melalui E-commerce sebagai Media Bisnis untuk Menunjang Kreativitas dan Kemandirian Berwirausaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1228–1238.
- Nursanty, E., Dasilva, T. M. F. B., Ambarwati, R., Fatarina, E., & Zhafira, F. I. (2023). Sosialisasi Pengembangan Umkm Untuk Menumbuhkan Potensi Kewirausahaan Di Kelurahan Wonoplumbon Kec Mijen Kota Semarang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 3307–3316.
- Purnomo, N. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 376–381.
- Putra, E. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474.
- Putra, I. G. S., Nababan, D., & Ligar, A. (2020). Dampak Pelatihan Manajemen Kreatif Industri Peci Menuju Sentra Peci Di Desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 75–82.
- Rahmayanie, A. M., Afiffah, A. V., Anggraini, I. D., Hermawan, H. D., Mukhlisin, L., & Kurniawan, D. (2022). Efektivitas Digital Marketing Sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Marketing di Konveksi BUMDes. *Buletin KKN Pendidikan*, 4(2), 123–132.
- Saniyyah, S., Adviola, T. F., & Swasti, I. K. (2023). Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM di Kota Blitar Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 30–39.
- Setiyani, L., Effendy, F., Jajang, J., & Yulianto, R. M. (2021). Peningkatan Minat Digital Marketing Bagi Siswa SMK Teknologi Karawang Melalui Pelatihan Adobe Photoshop. *Jurnal Abdimas: Sistem Dan Teknologi Informasi*, 1(1), 23–29.
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44.
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial

- (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88–100.
- Silvana, S., Idris, M., & Maryadi, M. (2023). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Lingkup Asisten Perekonomian Dan Pembangunan Sekretariat Daerah Kabupaten Sidrap. *Cash Flow Jurnal Manajemen*, 2(3), 496–508.
- Tugiah, T., & Jamilus, J. (2022). Pengembangan Pendidik Sebagai Sumber Daya Manusia Untuk Mempersiapkan Generasi Milenial Menghadapi Era Digital. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 2(6), 498–505.
- Wahdati, A., Octaviani, F., & Komalasari, S. (2022). Pentingnya Analisis Jabatan Dalam Meningkatkan Kompetensi Organisasi. *Jurnal Ecoment Global*, 7(2).