

PEMBERDAYAAN BUMDES BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL: STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK BEKATUL DAN MANAJEMEN USAHA DI DESA TIMORENG PANUA

Inna Mutmainna Cahyani Thahir^{1*}, Bahtiar Herman², Astrina Nur Inayah³,
Ferdy⁴, Rosnaidah⁵, Ika Fitria⁶, Erwin Irnandy AS⁷

^{1,2,4,5,6,7}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia,

³aFakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia
dimanainna@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di BUMDes TP Mandiri yang menghadapi permasalahan dalam tata kelola kelembagaan, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Potensi lokal berupa bekatul selama ini belum dimanfaatkan optimal, padahal memiliki peluang besar untuk diolah menjadi produk bernilai tambah. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas BUMDes melalui strategi pengembangan produk bekatul dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan manajemen, workshop inovasi produk berbasis bekatul, dan pendampingan digital marketing dengan e-catalog serta media sosial. Mitra kegiatan adalah pengelola BUMDes dan pelaku UMKM lokal berjumlah 20 orang. Evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test, observasi keterampilan, serta monitoring peningkatan penjualan. Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan manajemen sebesar 75%, keterampilan pengolahan bekatul menjadi produk pangan meningkat 68%, serta keterampilan pemasaran digital naik hingga 70%. Selain itu, omzet usaha BUMDes meningkat rata-rata 25% dalam tiga bulan pendampingan. Kegiatan ini terbukti efektif memperkuat daya saing UMKM desa melalui integrasi inovasi produk dan pemasaran digital.

Kata Kunci: BUMDes; Digital Marketing; Bekatul; Pemberdayaan; UMKM.

Abstract: This community service program was implemented at BUMDes TP Mandiri, which faces challenges in institutional governance, product innovation, and marketing strategies. The local potential in the form of rice bran has not been optimally utilized, despite its significant opportunities to be processed into value-added products. The aim of this program is to strengthen BUMDes capacity through strategies for developing rice bran-based products and utilizing digital technology for marketing. The methods included socialization, management training, workshops on rice bran product innovation, and digital marketing assistance using e-catalogs and social media. The program partners consisted of 20 participants, including BUMDes managers and local MSME actors. Evaluation was carried out through pre-tests and post-tests, observation of skills, and monitoring of sales growth. The results showed a 75% increase in management knowledge, a 68% improvement in rice bran processing skills into food products, and a 70% increase in digital marketing skills. In addition, BUMDes business turnover increased by an average of 25% within three months of mentoring. This program has proven effective in strengthening the competitiveness of village MSMEs through the integration of product innovation and digital marketing.

Keywords: BUMDes; Digital Marketing; Bran; Empowerment; MSMEs.



Article History:

Received: 08-09-2025

Revised : 28-09-2025

Accepted: 30-09-2025

Online : 29-10-2025



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

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap perekonomian global, termasuk bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) yang merupakan tulang punggung perekonomian di berbagai negara. Revolusi Industri 4.0 mendorong pemanfaatan teknologi informasi dalam produksi, distribusi, dan pemasaran produk secara lebih efisien dan luas (Industri et al., 2023; Rofaida et al., 2019; Welhelmina et al., 2023). Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan akses pasar dan daya saing, namun kesenjangan digital masih menjadi tantangan, terutama di wilayah pedesaan dengan keterbatasan infrastruktur, literasi digital rendah, dan lemahnya penguasaan manajemen usaha (Purwaningtyas et al., 2022). Kondisi ini menempatkan desa pada posisi kurang menguntungkan dalam menghadapi arus globalisasi ekonomi.

Mitra kegiatan pengabdian, yaitu BUMDes TP Mandiri, menghadapi tantangan serupa. Hasil identifikasi menunjukkan beberapa permasalahan utama: (1) manajemen usaha yang lemah dengan pencatatan administrasi dan perencanaan bisnis yang belum terstandar; (2) keterbatasan inovasi produk sehingga potensi lokal berupa bekatul belum diolah menjadi produk bernilai tambah; (3) rendahnya literasi digital pengelola yang menyebabkan pemasaran masih bersifat konvensional; serta (4) ketiadaan strategi keberlanjutan yang dapat menjaga konsistensi produksi dan distribusi. Permasalahan tersebut menurunkan daya saing BUMDes dan membatasi kontribusinya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Firmansyah, 2025; Muna et al., 2025; Svm & Pso, 2023).

Berbagai penelitian menegaskan bahwa integrasi teknologi digital pada pengembangan UMKM desa dapat menjadi solusi signifikan. Rahayu & Day (2017) menemukan bahwa adopsi e-commerce di Indonesia mampu memperluas jejaring usaha serta meningkatkan pendapatan pelaku UMKM Finance et al. (2023) menekankan bahwa literasi digital dan inovasi produk lokal berkontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Lebih lanjut, Dwi et al. (2025) menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM desa memperkuat daya saing dan mendorong kemandirian ekonomi lokal. Hal ini selaras dengan kebijakan pemerintah melalui Permendesa No. 4 Tahun 2015 yang menekankan peran BUMDes sebagai motor penggerak ekonomi desa (Parjaman et al., 2021).

Pengalaman pengabdian masyarakat sebelumnya juga memperkuat urgensi program ini. Dacholfany et al. (2023) melaporkan bahwa pendampingan manajemen berbasis digital mampu meningkatkan omzet BUMDes hingga 30% dalam enam bulan. Astriyantika & Cahyo (2025) menekankan pentingnya kolaborasi multi-stakeholder antara pemerintah desa, akademisi, dan pelaku usaha lokal dalam memperkuat ekosistem digital desa. Selain itu, Setio & Suharto (2025) menemukan bahwa pendekatan integratif yang menggabungkan pelatihan manajemen, inovasi produk, dan pemasaran digital terbukti lebih efektif dibanding intervensi

tunggal. Bukti empiris ini memperlihatkan bahwa kombinasi strategi berbasis inovasi dan digitalisasi merupakan model terbaik bagi penguatan BUMDes.

Berdasarkan kondisi tersebut, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini meliputi: (1) pelatihan manajemen usaha bagi pengelola BUMDes agar memiliki kompetensi dalam perencanaan, pencatatan, dan pengelolaan unit bisnis; (2) workshop inovasi produk berbasis bekatul yang memanfaatkan potensi lokal sekaligus memberikan nilai tambah ekonomi; serta (3) pendampingan digital marketing melalui pemanfaatan e-catalog dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya mengatasi masalah teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pengelola BUMDes menuju usaha yang lebih profesional, berkelanjutan, dan berdaya saing (Setio & Suharto, 2025).

Dengan demikian, tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah memperkuat kapasitas BUMDes TP Mandiri dalam tata kelola manajemen, mendorong inovasi produk berbasis bekatul, dan meningkatkan literasi digital melalui strategi pemasaran berbasis teknologi. Secara jangka panjang, kegiatan ini diharapkan dapat memperluas akses pasar, meningkatkan omzet, dan memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi desa yang mandiri dan berkelanjutan, sejalan dengan agenda pembangunan nasional.

Selain aspek teknis dan kelembagaan, urgensi penguatan BUMDes juga relevan dengan agenda pembangunan berkelanjutan (SDGs) dan kebijakan pemerintah terkait pemberdayaan desa. SDGs poin 8 menekankan pentingnya pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, sementara poin 9 mendorong inovasi dan industrialisasi inklusif. Pemerintah Indonesia melalui program *Sustainable Village* serta dukungan digitalisasi desa menempatkan BUMDes sebagai motor utama transformasi ekonomi lokal (Kementerian Desa, 2021; Haryanto et al., 2022; Wulandari et al., 2023). Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menjawab kebutuhan lokal BUMDes, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan nasional dan global.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui kombinasi antara kegiatan dosen dan mahasiswa. Kegiatan dosen meliputi penyuluhan, pelatihan, workshop inovasi produk berbasis bekatul, serta pendampingan manajemen usaha dan pemasaran digital berbasis e-catalog dan media sosial. Sementara itu, mahasiswa dilibatkan melalui program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) yang berperan dalam asistensi teknis, dokumentasi kegiatan, serta membantu proses transfer pengetahuan kepada masyarakat dan pengelola BUMDes secara langsung. Kolaborasi ini bertujuan agar program tidak hanya bersifat *top-down*, tetapi juga menghadirkan sinergi akademisi dengan komunitas desa.

Mitra kegiatan adalah BUMDes TP Mandiri yang berlokasi di Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan. BUMDes ini memiliki unit usaha perdagangan bahan pokok dan pengolahan hasil pertanian, termasuk potensi pengembangan produk bekatul. Jumlah peserta yang terlibat secara langsung dalam kegiatan ini adalah 35 orang, terdiri atas pengelola BUMDes, pelaku UMKM lokal, serta perwakilan kelompok masyarakat desa. Mitra dipilih karena memiliki permasalahan manajemen usaha dan pemasaran digital, sekaligus potensi besar dalam pengembangan produk berbasis bahan lokal. Adapun langkah-langkah pelaksanaan kegiatan sebagai berikut;

1. Tahap pra-kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa untuk memastikan dukungan kelembagaan dan komitmen mitra, dilanjutkan dengan asesmen kebutuhan melalui wawancara, observasi, dan FGD dengan pengelola BUMDes serta pelaku UMKM guna merumuskan materi pelatihan yang relevan.
2. Tahap pelaksanaan, kegiatan difokuskan pada praktik langsung dengan melibatkan peserta secara aktif melalui penyuluhan manajemen usaha dan literasi digital yang disertai simulasi pencatatan keuangan, workshop inovasi produk berbasis bekatul dengan praktik pembuatan produk, pelatihan pemasaran digital melalui pembuatan e-catalog dan pengelolaan media sosial, serta pendampingan berkelanjutan oleh dosen dan mahasiswa melalui coaching lapangan untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan baru dalam usaha BUMDes.
3. Tahap monitoring dan evaluasi kegiatan dilakukan secara terukur melalui dua tahap, yaitu saat kegiatan berlangsung dan pasca kegiatan. Evaluasi awal menggunakan observasi, angket, serta pre-test dan post-test untuk menilai pemahaman materi, tingkat kehadiran, keterlibatan peserta, serta keterampilan teknis yang diperoleh. Sementara itu, evaluasi pasca kegiatan dilakukan dengan wawancara mendalam dan monitoring usaha BUMDes setelah tiga bulan, dengan indikator berupa peningkatan omzet penjualan, jumlah produk inovatif berbasis bekatul yang dipasarkan, intensitas penggunaan media sosial dan e-catalog, serta perubahan pola pikir pengelola dalam manajemen usaha dan konsistensi penerapan pencatatan digital.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra-Kegiatan

Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa dan asesmen kebutuhan melalui wawancara, observasi, dan FGD dengan pengelola BUMDes serta UMKM. Hasil asesmen menunjukkan kebutuhan pada aspek manajemen usaha, inovasi produk bekatul, dan pemasaran digital. Berdasarkan temuan ini, tim menyusun materi pelatihan dan

melaksanakan sosialisasi untuk menyamakan persepsi sekaligus memperkenalkan rencana program.

2. TahapPelaksanaan

Pelaksanaan difokuskan pada praktik langsung, meliputi: penyuluhan manajemen usaha dan literasi digital dengan simulasi pencatatan keuangan, workshop inovasi produk bekatul dengan praktik pembuatan, serta pelatihan pemasaran digital melalui e-catalog dan media sosial. Kegiatan didukung pendampingan lapangan oleh dosen dan mahasiswa untuk memastikan keterampilan dapat diterapkan.

3. TahapEvaluasi

Evaluasi dilakukan melalui observasi, angket, dan tes selama kegiatan berlangsung, serta wawancara dan monitoring usaha BUMDes tiga bulan setelah program. Indikator yang diukur mencakup peningkatan pengetahuan manajerial, keterampilan pengolahan produk, dan kemampuan pemasaran digital. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan di ketiga aspek tersebut, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan Tata Kelola Manajemen BUMDes

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta yang semula belum terbiasa mencatat arus keuangan secara sistematis, mulai mampu menyusun laporan sederhana. Berdasarkan evaluasi, 75% peserta mengalami peningkatan keterampilan dalam manajemen usaha, yang ditunjukkan dengan kemampuan mereka mengisi format laporan keuangan secara mandiri. Workshop inovasi produk dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan nilai tambah potensi lokal berupa bekatul. Peserta dilatih mengolah bekatul menjadi berbagai produk pangan, seperti cookies dan minuman serbuk instan dan juga pupuk organik. Kegiatan ini dipandu oleh instruktur teknologi hasil pertanian yang berpengalaman, sehingga peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga praktik langsung, seperti terlihat pada Gambar 2.

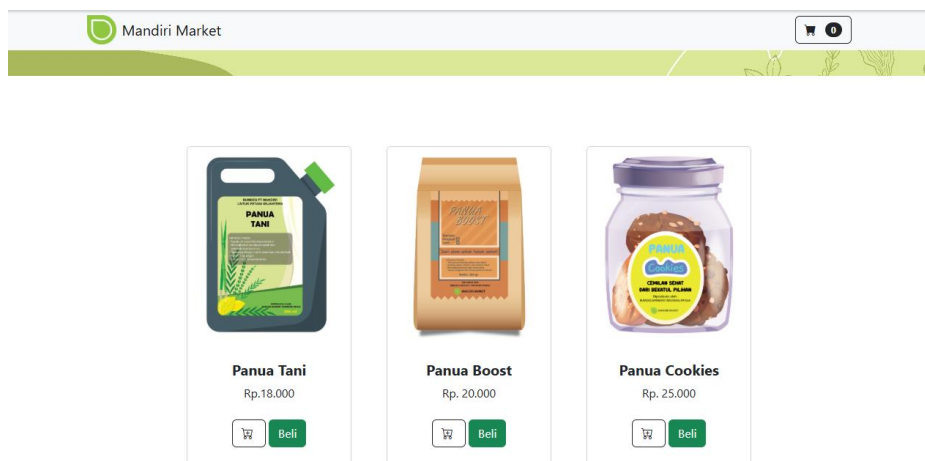


Gambar 2. Praktik Pengolahan Produk Bekatul oleh Peserta

Hasilnya, keterampilan teknis peserta meningkat signifikan. Berdasarkan observasi, 68% peserta berhasil menghasilkan produk olahan bekatul sesuai standar yang diajarkan. Produk yang dihasilkan juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai produk unggulan desa.

4. Pelatihan Digital Marketing dan *E-Catalog*

Pelatihan digital marketing dilaksanakan dalam dua tahap. Tahap pertama berfokus pada pengenalan e-catalog, desain katalog digital, dan penggunaan aplikasi sederhana untuk pemasaran. Tahap kedua berisi praktik pembuatan akun media sosial bisnis (Facebook, Instagram, WhatsApp Business) serta simulasi promosi produk secara daring, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan E-Catalog

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan literasi digital peserta sebesar 70%. Sebagian besar peserta mampu membuat katalog digital dan mempraktikkan promosi melalui media sosial. Bahkan, beberapa peserta mulai berhasil memasarkan produk mereka melalui platform digital dan mendapatkan pelanggan baru. Setelah tahap pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan intensif yang melibatkan dosen dan mahasiswa KKN. Pendampingan dilakukan melalui kunjungan lapangan dan

komunikasi daring untuk memastikan peserta mampu menerapkan materi yang telah diberikan. Pendampingan ini juga membantu peserta mengatasi kendala teknis, misalnya kesulitan dalam mengunggah produk ke media sosial atau dalam menghitung biaya produksi, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendampingan Pemasaran Produk Secara Daring

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan omzet usaha BUMDes rata-rata sebesar 25% dalam tiga bulan. Hal ini membuktikan bahwa integrasi manajemen usaha, inovasi produk, dan pemasaran digital dapat secara nyata meningkatkan keberdayaan ekonomi BUMDes. Monitoring dilakukan dengan metode observasi dan wawancara selama kegiatan berlangsung. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, angket, serta pengamatan langsung terhadap kemampuan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan rata-rata: (1) pengetahuan manajemen usaha naik 75%; (2) keterampilan inovasi produk berbasis bekatul naik 68%; dan (3) keterampilan digital marketing meningkat 70%, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta

Aspek Evaluasi		Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan	Peningkatan (%)
Pengetahuan Usaha	Manajemen	25%	100%	75%
Keterampilan	Inovasi Produk Bekatul	32%	100%	68%
Literasi Digital & Marketing	Digital	30%	100%	70%

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan manajemen usaha sebesar 75%, keterampilan inovasi produk 68%, dan literasi digital 70%. Capaian ini menegaskan bahwa pengelola BUMDes semakin mandiri dalam mengelola usaha, mampu mengolah potensi lokal menjadi produk bernilai tambah, serta lebih berdaya dalam memasarkan produk secara digital, sehingga berkontribusi pada kemandirian dan keberlanjutan ekonomi desa.

Selama kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Pertama, keterbatasan infrastruktur internet di desa menyebabkan pelatihan digital marketing tidak selalu berjalan lancar. Kedua, sebagian peserta masih mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi digital karena belum terbiasa. Ketiga, keterbatasan modal usaha membuat implementasi inovasi produk belum maksimal. Sebagai solusi, tim pengabdian melakukan strategi adaptasi, antara lain: (1) menyediakan materi pelatihan dalam bentuk modul cetak untuk mengantisipasi gangguan jaringan internet; (2) memberikan pendampingan tambahan kepada peserta yang masih kesulitan menggunakan aplikasi; dan (3) mendorong pengelola BUMDes untuk menjalin kerja sama dengan pemerintah desa serta lembaga keuangan mikro guna memperoleh dukungan modal usaha.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian di BUMDes TP Mandiri Timoreng Panua berhasil memperkuat kapasitas manajemen usaha, meningkatkan keterampilan inovasi produk berbasis bekatul, serta mendorong literasi digital dalam pemasaran. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek manajerial, keterampilan pengolahan produk, dan kemampuan pemasaran digital. Dampak nyata juga terlihat dari kenaikan omzet usaha BUMDes rata-rata 25% dalam tiga bulan, yang menandakan kontribusi program terhadap keberdayaan ekonomi desa.

Untuk keberlanjutan program, perlu dilakukan pendampingan lanjutan agar capaian tidak berhenti pada tahap pelatihan. Kendala keterbatasan infrastruktur internet menuntut strategi digital marketing yang lebih adaptif terhadap kondisi lokal, sedangkan minimnya modal usaha mengisyaratkan perlunya dukungan kolaborasi dari berbagai pihak dalam pengembangan produk. Selain itu, pengembangan potensi lokal lain di luar bekatul dapat menjadi fokus kegiatan berikutnya guna memperluas peluang ekonomi desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan atas dukungan pendanaan melalui program Hibah BIMA Tahun Anggaran 2025, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Astriyantika, M., & Cahyo, E. D. (2025). Pemetaan Peran dan Kolaborasi Stakeholder dalam Pengelolaan Ekowisata serta Pengembangan Ekonomi Kreatif Sentra Tapis Lampung di Desa Wisata Lugusari, Provinsi Lampung. *Jurnal Sumberdaya Akuatik Indopasifik*, 9(1), 24-32.

- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.
- Ausat, A. M. A., Suparwata, D. O., & Risdwiyanto, A. (2025). Optimalisasi digital competence sebagai strategi adaptasi dinamis wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 173-182.
- Ardiansyah, D., Saepudin, A., Aryanti, R., & Fitriani, E. (2023). Analisis Sentimen Review Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok Menggunakan Algoritma K-NN Dan Svm Berbasis Pso. *Jurnal Informatika Kaputama (JIK)*, 7(2), 233-241.
- Dacholfany, M. I., Azis, A. A., Zulhayana, S., Ahmad, R., Bay, W., & Mokodenseho, S. (2023). Peningkatan kualitas pendidikan masyarakat melalui program pelatihan dan bimbingan studi. *East Journal of Innovative Community Services*, 1(03), 129-141.
- Firmansyah, D. (2024). Strategi Pengembangan BUMDES Mulyo Lestari dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Rejomulyo. *JPkM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 44-50.
- Manafe, M. W. N., Ohara, M. R., Gadzali, S. S., Harahap, M. A. K., & Ausat, A. M. A. (2023). Exploring the relationship between entrepreneurial mindsets and business success: Implications for entrepreneurship education. *Journal on Education*, 5(4), 12540-12547.
- Parjaman, T. (2022). Esai: Penguatan kapasitas Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai lembaga penggerak pembangunan perekonomian desa. *Journal of Management Review*, 5(3), 689-698.
- Purwaningtyas, A., Yustita, A. D., & Utami, S. W. (2022). Pemanfaatan limbah ampas kopi dalam pembuatan sabun batang di Kampung Wisata Kopi Lerek Gombengsari Banyuwangi. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 1050-1055.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries : evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Rofaida, R., Aryanti, A. N., & Perdana, Y. (2019). Strategi inovasi pada industri kreatif digital: Upaya memperoleh keunggulan bersaing pada era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402-414.
- Suharto, T. S. U. (2025). Analisis Integratif Design Thinking dan Artificial Intelligence dalam Mendorong Inovasi UMKM di Indonesia. *bit-Tech*, 7(3), 1078-1089.
- Saroyo, D. P. (2023). Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 20-26.
- Utami, R., & Fauzi, A. (2023). Strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 90-94.