



PEMBERDAYAAN KEMITRAAN MASYARAKAT MELALUI BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDESA) SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI MASYARAKAT GUNA MENCAPAI SDGs DESA DI ERA DIGITAL

Empowering Community Partnerships Through Village-Owned Enterprises (BUMDesa) as Community Economic Drivers for Village SDGs in the Digital Era

Erfina Nurussa'adah*, Devi Wening Astari, Wahid Miftahul Ashari

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, Program Studi Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

*Alamat Korespondensi: erfina@amikom.ac.id

(Tanggal Submission: 5 Oktober 2023, Tanggal Accepted : 5 Januari 2024)



Kata Kunci :

BUMDesa, Digital Marketing, Ekonomi Digital, Pemberdayaan, SDGs

Abstrak :

Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Pada praktiknya ternyata ditemukan permasalahan terkait aspek pengembangan BUMDesa, yakni kendala promosi, lemahnya jaringan pemasaran, kendala manajemen pengelolaan dan administrasi keuangan, serta masih rendahnya kecakapan sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi komunikasi. Untuk itu program pengabdian ini dilakukan dengan tujuan memberikan pendampingan pemasaran digital agar BUMDesa Amarta, Desa Pandowoharjo, Sleman, agar BUMDesa memiliki media digital yang aktif memasarkan produknya melalui konten-konten yang merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu untuk mendukung pengembangan BUMDesa ditargetkan terbentuk manajemen pengelolaan dengan membantu rebranding, keuangan dan pemasaran yang baik. Metode yang digunakan pengusul untuk merealisasikan target adalah melalui workshop terkait manajemen komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran virtual, manajemen pengelolaan dan keuangan. Selain itu juga dilakukan pembuatan website, media sosial, pendampingan pembuatan konten komunikasi virtual (video profil, kemasan, foto produk, e-katalog, e-pamflet) untuk mendukung kegiatan pemasaran berbasis digital. Hasil pengabdian adalah berupa peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam penggunaan website, ecommers dan sistem keuangan, serta ketrampilan pembuatan konten foto produk. Kesimpulan dari terlaksananya

pengabdian adalah pemberian pelatihan dan pendampingan memberikan kontribusi dalam peningkatan pengetahuan, kecakapan dan kemampuan pengelola BUMDesa Amarta memanfaatkan teknologi digital.

Key word :

Abstract :

BUMDesa, Digital Marketing, Digital Economy, Empowerment, SDGs

Village-owned enterprises (BUMDesa) are village business institutions managed by the community and village government to strengthen the village economy and are formed based on village needs and potential. In practice, problems have been found related to aspects of BUMDesa development: promotional constraints, weak marketing networks, financial management, and administration constraints, and low human resource skills in mastering communication technology. For this reason, this service program is carried out to provide digital marketing assistance so that BUMDesa Amarta, Pandowoharjo Village, Sleman have digital media that actively market their products through content that stimulates consumers to make purchases. Apart from that, to support the development of BUMDesa, management is targeted to be formed by assisting with rebranding, sound finance, and marketing. The method used by the proposer to realize the target is through workshops related to marketing communications management, virtual marketing communications, management, and finance. Additionally, website creation, social media, and assistance in creating virtual communication content (video profiles, packaging, product photos, e-catalogs, e-pamphlets) are also carried out to support digital-based marketing activities. The service results are in the form of increased knowledge and skills in using websites, e-commerce, and financial systems, as well as skills in creating product photo content. The conclusion from the implementation of the service is that providing training and mentoring contributes to increasing the knowledge, skills, and abilities of Amarta BUMDesa managers utilizing digital technology.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Nurussa'adah, E., Astari, D. W., & Ashari, W. M. (2024). Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdesa) Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat Guna Mencapai SDGs Desa Di Era Digital. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 64-72. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i1.1206>

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. BUMDesa menurut Undang-undang nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah didirikan antara lain dalam rangka peningkatan Pendapatan Asli Desa (PADesa) (Faedlulloh, 2018; Pangestu, 2020). Hal tersebut sejalan dengan Permendes Nomor 4 tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa, bahwa BUM Desa didirikan dalam rangka peningkatan PADesa (Dewi, 2014; Humaira, 2022). Dengan adanya UU Desa dan Permendes, peran desa menjadi kuat dan kapasitas pembiayaan pembangunan desa menjadi melonjak signifikan. BUMDesa dapat diberdayakan untuk mendukung pembangunan usaha kecil, terutama untuk mengatasi masalah permodalan dan pemasaran yang dihadapi oleh usaha kecil di desa. BUMDesa dibangun dengan tujuan untuk menggerakkan dan mengakselerasi perekonomian desa.(Filya, 2018). Dalam hal ini BUMDesa memberdayakan masyarakatnya dengan menciptakan

lapangan kerja bagi masyarakat desa dan pemasukan bagi Pendapatan Asli Desa. (Novita, 2023; Suhayati, 2018)

Salah satu BUMDesa di Kabupaten Sleman yang menjadi percontohan adalah BUMDesa Amarta. BUMDesa Amarta terletak di Desa Pandowoharjo, Sleman. BUMDesa Amarta menjadi salah satu rujukan untuk BUMDesa lainnya belajar membangun manajemen usaha yang inovatif, berkelanjutan dan sukses. BUMDesa Amarta memiliki berbagai unit usaha, dan bekerja sama dengan unit usaha atau UMKM di luar BUMDesa. Terdapat 6 unit usaha yang dijalankan, yakni usaha pengolahan sampah, pengelolaan produksi beras, kolam renang, taman kuliner, toko Desa dan wisata edukasi.

Untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa, BUMDesa perlu melakukan penyesuaian terhadap perkembangan teknologi dan menjalin kemitraan. Seperti yang tercermin dalam Kemitraan untuk Pembangunan Desa SDGs Desa Nomor 17 yaitu Kemitraan untuk Pembangunan Desa. Kemitraan untuk Pembangunan Desa yang dimaksud adalah merevitalisasi kemitraan desa karena pembangunan desa tidak akan berhasil maksimal tanpa keterlibatan pihak-pihak yang terkait mulai dari tokoh masyarakat, pemuda penggerak desa, perempuan penggerak ekonomi desa, perguruan tinggi, dunia usaha, supra desa, tentu juga aparat desa dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) (Nugrahaningsih, 2020) .

Pendampingan BUMDesa dirasa perlu mengingat laju transformasi digital yang tidak dapat lepas dari kehidupan saat ini. Transformasi digital BUMDesa diharapkan dapat memberikan pertumbuhan ekonomi pedesaan. Berdasarkan *need and assement*, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh BUMDesa Amarta. Permasalahan tersebut terkait dengan dua aspek utama, yaitu aspek pengembangan dan teknologi. Permasalahan aspek pengembangan ini adalah terkait kendala kegiatan promosi yang belum optimal, jaringan pemasaran yang masih lemah, kendala manajemen pengelola dan administrasi keuangan. Kedua aspek teknologi komunikasi pemasaran dan distribusi yang meliputi masih rendahnya kecakapan sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi komunikasi, serta masih belum termanfaatkannya media dan konten komunikasi pemasaran digital. Dari segi manajemen pengelolaan, BUMDesa baik BUMDesa Amarta maupun unit usahadi dalamnya masih belum memiliki identitas yang kuat. Identitasyang kuat dalam hal ini adalah terkait dengan belum memiliki brand yang kuat. Bahkan logo unit usaha maupun BUMDesa Amarta sebagai induk pun masih kurang menarik dan kurang menjual. Juga dalam pemasaran produk usaha, masih mengandalkan pemasaran mandiri dan masih minim penggunaan e-marketing.

BUMDesa Amarta memiliki kekuatan sumber daya strategis di mana unit-unit usaha telah memiliki pengelola sebagai modal utama untuk meningkatkan kemampuan inovasi khususnya program inovasi pemasaran digital. Untuk memberikan daya dukung dan resolusi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra, pengusul telah melakukan pemetaan *need and assesment* dengan menggunakan teknik *in-depth interview*. Pemetaan yang dilakukan menjadi dasar justifikasi pengusul yang meliputi dua lingkup implementasi. Pertama aspek teknologi komunikasi pemasaran digital yang mencakup permasalahan komunikasi pemasaran digital dan peningktan kempuan sumber daya manusia. Kedua aspek pengembangan BUMDesa yang mencakup permasalahan manajemen pengelolaan, mulai dari manajemen keuangan, hingga membantu BUMDesa melakukan *rebranding* pada BUMDesa secara umum, dan setiap unit usaha yang ada di dalamnya.

Hasil identifikasi dari permasalahan BUMDesa Amarta Desa Pandowoharjo Sleman Yogyakarta melalui *need and assessment*, maka ditemukan permasalahan yang mencakup pemasaran dan manajemen dari BUMDesa Amarta dan unit-unit usaha yang dikelola. Manajemen unit usaha menjadi hulu BUMDesa Amarta untuk mencapai SDGS Desa di era digital. Kemudian, jika manajemen pengelolaan sebagai hulu sudah berjalan baik, maka tujuan di hilir yang mencakup pemasaran digital akan berjalan maksimal, sehingga akan mendorong pergerakan ekonomi masyarakat Desa di era digital serta merevitalisasi kemitraan Desa dan tercapainya inovasi teknologi.

Melalui pendekatan SDGSs Desa dengan kemitraan untuk pembangunan Desa di era digital diharapkan mampu meningkatkan dan menggerakkan ekonomi Desa. Oleh karena itulah, program ini

memiliki tujuan untuk memberikan pendampingan pemasaran digital agar BUMDesa Amarta, Desa Pandowoharjo, Sleman mampu bersaing di era Revolusi Industri 4.0 yang banyak mengandalkan teknologi digital. Target dari program ini adalah agar BUMDes memiliki media digital yang aktif memasarkan produknya melalui konten-konten yang merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu untuk mendukung pengembangan BUMDesa ditargetkan terbentuk manajemen pengelolaan dengan membantu rebranding, keuangan dan pemasaran yang baik. Metode yang digunakan pengusul untuk merealisasikan target adalah melalui workshop terkait manajemen komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran virtual, manajemen pengelolaan dan keuangan. Selain itu juga dilakukan pembuatan website, media sosial, pendampingan pembuatan konten komunikasi virtual (video profil, kemasan, foto produk, e-katalog, e-pamflet) untuk mendukung kegiatan pemasaran berbasis digital).

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan program pengabdian ini melibatkan berbagai pihak. Pihak pertama selaku mitra adalah BUMDesa Amarta, yang terletak di Desa Pandowoharjo, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain mitra sebagai sasaran program, pengusul juga melibatkan pihak ketiga dalam mencapai target luaran yang ditentukan. Untuk pengimplementasian aspek teknologi komunikasi pemasaran, dilibatkan pihak-pihak yang ahli di bidang komunikasi pemasaran digital, mulai teknis strategi pemasaran hingga pembuatan konten komunikasi pemasaran. Sementara implementasi aspek managerial dilibatkan pihak-pihak yang ahli di bidang manajemen pengelolaan dan penataan laporan keuangan. Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan sejak Juli 2023.

Tahapan metode penerapan teknologi di BUMDesa Amarta dimulai dari melakukan identifikasi sejauh mana pengetahuan mitra tentang konsep manajemen pengelolaan dan keuangan serta manajemen pemasaran dan komunikasi pemasaran digital. Karena sampai saat ini kegiatan pemasaran masih fokus pada optimalisasi unit secara offline. Maka dari itu diperlukan berbagai langkah pendampingan agar dapat menangkap peluang yang lebih besar melalui pemasaran digital atau digital marketing. Identifikasi selanjutnya menemukan manajemen pengelolaan dan keuangan yang masih belum baik dan tertata. Maka diperlukan pendampingan untuk memperbaiki dan memperkuat aspek manajemen pengelolaan dan keuangan agar mempunyai pembukuan keuangan yang akuntabel dan rapi.

Adapun langkah pendampingan yang dilakukan dalam menyelesaikan permasalahan mitra adalah:

1. Melakukan FGD dengan pengurus BUMDes dan mitra BUMDes
Guna tercapainya target BUMDes sebagai penggerak ekonomi dengan pendekatan SDGS Desa, sehingga perlu dukungan dari seluruh pihak agar pembangunan Desa dapat berhasil secara maksimal. Upaya tersebut dilakukan dengan melakukan forum group discussion (FGD) dengan pengurus BUMDesa dan mitra BUMDesa dengan fokus pembahasan terkait target BUMDesa untuk dapat melakukan perbaikan manajemen dan pemasaran yang menuju ke digital.
2. Pengadaan sistem keuangan BUMDesa Amarta
Sistem keuangan BUMDesa merupakan system keuangan yang dibuat dengan tujuan untuk membantu BUMDesa Amarta dan unit usahanya dapat melaporkan secara realtime laporan keuangan yang dapat diakses dengan mudah dan akuntabel, pengimplementasian sistem keuangan ini akan melibatkan anggota pengabdian dan mahasiswa yang memiliki kemampuan dibidang tersebut. Mahasiswa akan dapat melakukan pengakuan MBKM minimal 4 SKS dari kegiatan ini.
3. Menyelenggarakan pelatihan penggunaan sistem keuangan BUMDesa Amarta
Pelatihan diperuntukkan bagi pengelola BUMDesa dan unit-unit usaha serta mitra BUMDesa. Pelatihan dilaksanakan dengan durasi waktu 120 menit dalam bentuk teori dan praktik. Capaian yang diharapkan dalam pelatihan ini, para pengurus BUMDesa dan unit usaha serta mitra BUMDesa dapat mengoperasikan sistem keuangan secara mandiri dan meningkatkan

pengetahuan serta pemahaman mengenai manajemen pengelolaan dan keuangan secara digital. Kegiatan ini akan melibatkan mahasiswa yang dapat diakui minimal 4 SKS dengan program MBKM

4. Pelatihan manajemen komunikasi pemasaran, foto produk, packaging dan penggunaan website serta media sosial dan e-commerce
Pelatihan dilakukan dengan mendatangkan pemateri yang ahli dalam bidang tersebut. Capaian yang diharapkan dari kegiatan ini adalah transfer of knowledge dari para pakar yang dapat meningkatkan kemampuan dan pemahaman pengurus serta mitra BUMDesa dalam memahami strategi pemasaran yang saat ini relevan digunakan, serta mendukung rebranding dari BUMDesa serta unit usaha dan mitra BUMDesa.
5. Pembuatan desain logo BUMDesa Amarta dan unit usahanya
Pembuatan desain logo digunakan sebagai alat pendukung rebranding serta peningkatan value dari unit usaha dan produk yang dihasilkan masing-masing unit usaha. Selain itu kegiatan tersebut juga digunakan untuk memaksimalkan digital marketing yang menjadi salah satu sasaran dari program pengabdian ini.
6. Pembuatan Website, Media Sosial, E-Commerce, video profile, E-Katalog, E-Pamflet
Pembuatan media digital tersebut dilakukan untuk memaksimalkan target dari program ini. Hal itu berkaitan dengan penguatan kegiatan rebranding yang akan dilakukan BUMDesa Amarta dan unit usaha serta mitranya, memaksimalkan digital marketing, penyediaan informasi yang lebih mudah dan terbaru, memperluas jaringan bisnis dan kemitraan. Semua target tersebut tentunya dilakukan untuk menuju manajemen pengelolaan digital dan pemasaran digital yang lebih baik guna mendukung pergerakan ekonomi BUMDesa menuju SDGS Desa di era digital
7. Pelaporan Program Kemitraan Masyarakat
Segala bentuk kegiatan yang dilaksanakan selama program ini berjalan akan didokumentasikan dan diarsipkan guna pertanggungjawaban dari penggunaan dana untuk kegiatan masyarakat. Tahapan laporan akan dibuat mulai dari laporan kemajuan dan laporan akhir serta publikasi ilmiah jurnal dan media massa.
8. Tindak lanjut, Monitoring dan Evaluasi

Terlaksananya dan tercapainya target dari program ini belum dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan dari pelaksanaan dalam perspektif yang lebih luas. Program dirancang oleh tim pengabdian di BUMDesa Amarta diterapkan dengan model tindak lanjut dan berkesinambungan. Setelah program ini terlaksana, maka akan ada tindak lanjut dengan rentang waktu tertentu untuk dapat memastikan bahwa program dijalankan secara baik. Selanjutnya monitoring dan evaluasi dilakukan oleh bagian internal Universitas Amikom Yogyakarta dan Eksternal money dari pemerintah yang berwenang guna terlaksananya program PKM sesuai perencanaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan adalah terkait *give power to everybody*, untuk itu pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi merupakan penguatan bersama, artinya terjadi ketika yang besar berkembang jika ada yang kecil dan menengah, begitu sebaliknya (Fitria, 2020). Pemberdayaan sendiri ditujukan untuk meningkatkan dan mencapai hasil perubahan sosial, memberdayakan masyarakat miskin, tidak memiliki kekuasaan, minim pengetahuan dan ketidakmampuan memenuhi kebutuhan infrastruktur, sosial, dan ekonomi (Nugrahaningsih et al., 2021a; Rahmawati, 2017).

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian oleh tim pengabdian, bahwa upaya dalam rangka pemberdayaan pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Amarta, maka telah dilakukan Upaya dengan memperkuat manajemen pengelolaan dan administrasi keuangan serta terkait komunikasi pemasaran secara digital.

Komunikasi pemasaran digital atau digital marketing dalam hal ini merupakan suatu proses pertukaran informasi yang dilakukan secara persuasif yang membuat proses pemasaran berjalan efektif dan efisien (Kotler & Keller, 2009). Selain itu komunikasi pemasaran dapat diartikan sebagai bentuk dari komunikasi yang memiliki tujuan memperkuat segmen pasar, meraih segmen pasar lebih luas yang tentunya untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap produk dari perusahaan. Sedangkan menurut (Soemanagara., 2006) mengartikan komunikasi pemasaran merupakan bentuk kegiatan komunikasi dengan memberikan informasi kepada halayak masyarakat agar tujuan perusahaan tercapai, sehingga terjadi peningkatan pendapatan dan pembelian produk serta jasa yang ditawarkan dengan meraih segmentasi yang lebih luas (Susanti, 2019).

Untuk mengatasi permasalahan mitra terkait komunikasi pemasaran tersebut, maka telah dilakukan beberapa upaya. Upaya pertama adalah dengan melaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) awal bersama Direktur BUMDesa Amarta, pengurus BUMDesa, kemudian dilanjutkan dengan Lurah Pandowo Harjo. Fokus pembahasan terkait target BUMDesa untuk dapat melakukan perbaikan manajemen keuangan dan pemasaran digital.

Hasil dari FGD kemudian ditindak lanjuti dengan dua focus penyelesaian. Penyelesai **pertama** adalah terkait penyelesaian permasalahan komunikasi pemasaran digital. Untuk mencapai hal tersebut, maka dilakukan pembuatan video *company profile*. Di mana video *company profile* tersebut dapat digunakan untuk memperkenalkan, menjalin serta menciptakan interaksi antara BUMDesa melalui unit-unit usaha yang dimiliki dengan mitra usaha seperti pelaku UMKM maupun konsumen sebagai bagian dari mengkomunikasikan BUMDes Amarta, unit-unit usah, jasa serta mitra usaha, kepada pihak luar (M. Zulkarnaen, 2017). Dalam hal ini, videoyang dibuat terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama adalah video profil gabungan semua unit; kedua adalah video profil setiap unit, yakni unit Tempat Pengolahan Sampah Terpadu (TPST), Unit Toko Desa, Unit Taman Kuliner, Unit Kolam Renang dan Unit Gapoktan.

Lebih lanjut, *video profile* dapat meningkatkan citra BUMDesa di masyarakat. Citra merupakan ide, kepercayaan, dan impressi seseorang terhadap sesuatu persepsi masyarakat pada perusahaan atau produk (Soemanagara., 2006). Pembuatan video *company profile* BUMDes Amarta diharapkan dapat menyakinkan calon konsumen atau pelaku bisnis yang akan menjalin kejasama dengan BUMDesa Amarta maupun mitra-mitra UMKM dari BUMDesa Amarta. Selain itu *company profile* juga ditujukan untuk menciptakan *brand image* positif dari unit-unit usaha, produk UMKM dan jasa yang ditampilkan melalui video *company profile* BUMDesa Amarta. Oleh karena itu BUMDesa Amarta melalui *company profilenya* ingin menyampaikan kesan positif, bahwa BUMDesa hadir untuk bersama-sama bersinergi dan berkolaborasi dengan warga masyarakat serta para pelaku usaha/UMKM untuk dapat menjadikan BUMDesa sebagai mitra bersama dalam pembangunan ekonomi masyarakat Desa. Tayangan video *company profile* BUMDesa Amarta merupakan bagaian dari cara murubah persepsi masyarakat, bahwa BUMDesa Amarta bukanlah pesaing bagi masyarakat. BUMDesa Amarta lahir sebagai salah satu usaha untuk peningkatan ekonomi Desa Pandowoharjo dengan cara menampung kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat dalam sebuah lembaga atau badan usaha yang disesuaikan dengan potensi asli desa yang akan menjadi bagian penting dari pembangunan ekonomi Desa (Nugrahaningsih *et al.*, 2021b).

Ada pun tahapan pembuatan *company* profil BUMDesa Amarta adalah dengan melakukan pengambilan gambar pada setiap unit BUMDesa Amarta, dengan melibatkan masing-masing pengurus unit kerja. Setelah selesai dilakukan pengambilan gambar, kemudian dilakukan editing yang pada akhirnya diupload atau diunggah di Youtube BUMDesa maupun pada website (sistem informasi) yang juga telah dikembangkan.

Sistem informasi digital di sini dimaksudkan untuk mengakomodir kebutuhan anggota untuk akses informasi pemasaran dan penjualan produk hasil produksi semua unit usaha; informasi pengelolaan usaha bersama serta akses informasi dari berbagai dinas terkait yang sering memfasilitasi BUMDesa Amarta. Solusi yang ditawarkan mengacu pada permasalahan terkait masih rendahnya

pengetahuan teknis teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran digital, dan belum memiliki brand yang kuat atas unit usaha yang dijalankan. Maka selain dengan pembuatan *company profile*, pengembangan sistem informasi menjadi sebuah solusi berikutnya.

Pada sistem informasi terdapat beberapa pilihan menu yang dapat memberikan informasi lebih lengkap mengenai BUMDesa Amarta. Menu tersebut terdiri dari halaman utama, menu terkait wisata utama unit-unit usaha, mitra usaha, *e-commer* dan kontak BUMDesa Amarta yang dapat dihubungi oleh pengunjung website. Ada pun gambaran dari website tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1 . Tampilan Menu Home dan Wisata Utama Website BUMDesa

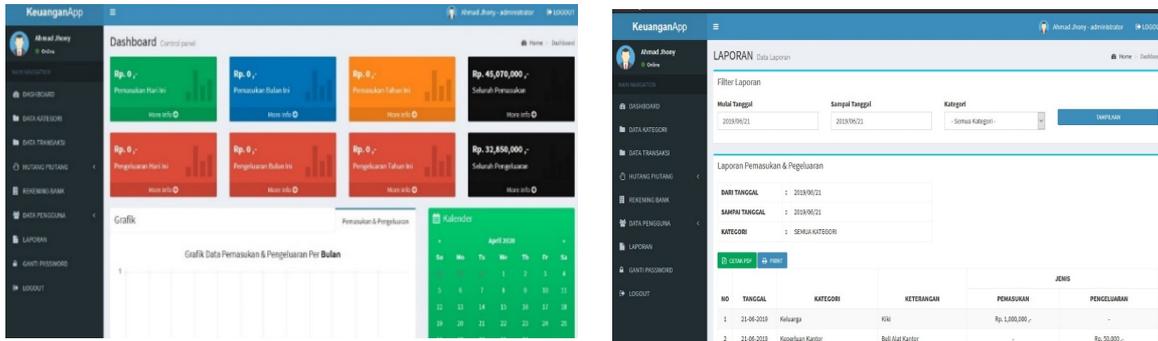
Pemberdayaan berikutnya terkait digital marketing dilakukan melalui *rebranding* yakni pembuatan logo baru untuk BUMDesa Amarta. Pembaruan logo ini dilakukan sesuai dengan hasil FGD, yakni untuk dapat memiliki logo yang lebih modern dari pada logo sebelumnya. Logo terbaru dari BUMDesa Amarta tersebut adalah sebagaimana terlihat pada gambar 3. Di mana logo baru ini memiliki arti manusia dan alam yang hidup berdampingan serta saling menjaga dan menjadikan masyarakat yang sejahtera.



Gambar 2. Logo Baru BUMDesa Amarta

Penyelesaian masalah kedua adalah terkait manajemen pengelolaan keuangan BUMDesa. Informasi yang diperoleh dari pelaksanaan FGD menunjukkan bahwa tidak semua unit usaha BUMDes memperoleh pendapatan rutin dan pelaporan keuangan masih belum menggunakan sistem keuangan yang spesifik. Hal tersebut juga terlihat dengan data laporan buku kas bulanan milik BUMDes yang menunjukkan bahwa tidak semua unit usaha memiliki pemasukan rutin.

Untuk itulah dilakukan pengembangan sistem keuangan bagi BUMDesa Amarta. Sistem sudah dalam penyelesaian, dan dapat digunakan untuk pembuatan laporan keuangan secara lebih mudah, cepat dan *real time*. Sehingga dengan adanya kemudahan untuk mengelola keuangan tersebut dapat melihat riwayat keuangan BUMDesa secara lebih baik. Pengembangan sistem manajemen keuangan yang telah dilakukan oleh pengabdian dapat dilihat secara detail pada gambar 3 terkait tampilan dashboard sistem dan menu laporan keuangan BUMDesa Amarta.



Gambar 3. Tampilan Dashboard dan Menu Laporan Sistem Manajemen Keuangan BUMDesa

Kedua sistem tersebut telah dalam pengembangan dan siap untuk digunakan oleh pengelola BUMDesa Amarta. Maka agar BUMDesa Amarta dapat melakukan pengelolaan keuangan dan website, maka juga dilakukan serangkaian kegiatan yakni pelatihan dan pendampingan pengelolaan website, ecommer dan sitem keuangan BUMDesa Sidesa seperti yang terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan Sistem Keuangan, Website, Ecomer dan Foto Produk BUMDesa Amarta

Pada saat pelatihan juga dilakukan pengukuran dan ditemukan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan para peserta pelatihan. Dengan adanya sistem serta pelatihan tersebut diharapkan dapat secara berkelanjutan dapat mendorong peningkatan pendapatan BUMDesa Amarta dengan secara terus menerus mendukung berbagai aktivitas yang dilakukan dalam usaha memberikan kontribusi terhadap kenaikan pendapatan atau PADesa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pemberdayaan dengan memberikan pendampingan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan agar BUMDesa Amarta, Desa Pandowoharjo, Sleman mampu bersaing di era Revolusi Industri 4.0. Target dari program ini telah tercapai dengan berhasilnya pembuatan sistem informasi (website) untuk mendukung pemasaran agar BUMDes memiliki media digital yang aktif memasarkan produknya melalui konten-konten yang merangsang konsumen untuk melakukan pembelian dan bermitra. Juga sistem manajemen keuangan untuk membukukan keuangan unit-unit BUMDes secara lebih baik, tertata, dan *real time*.

Saran dari pengabdian untuk keberlanjutan kedua sistem tersebut adalah untuk tetap dilakukan peningkatan kemampuan dari sumber daya manusia di BUMDesa itu sendiri. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti pelatihan atau seminar terkait pengelolaan sistem. Karena pengabdian menyadari bahwa pelatihan yang dilakukan oleh tim terbatas oleh waktu pelaksanaan. Selain itu, perlu diterapkan jadwal berkala dan kontinyu untuk mengisi konten-konten sistem informasi website agar isi informasi website tidak kadaluarsa atau selalu baru dan tetap memikat minat pengunjung untuk mengetahui lebih lanjut mengenai BUMDesa Amarta.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset dan Teknologi (Kemenristek) yang mendanai penelitian ini sehingga dapat terlaksana sesuai yang direncanakan. Terima kasih juga pengabdian sampaikan kepada LPPM Universitas Amikom dan juga segenap jajaran pengurus, dan pengelola unit-unit BUMDesa Amarta, Desa Pandowoharjo, Sleman, Yogyakarta, yang telah bermitra, menjalin kerjasama yang baik pada program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, A. S. 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.
- Faedlulloh, D. (2018). BUMDes dan Kepemilikan Warga: Membangun Skema Organisasi Partisipatoris. *Journal of Governance*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.31506/jog.v3i1.3035>
- Filya, A. R. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Meningkatkan Pades Di Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro Provinsi Jawa Timur (Studi Kasus Di Desa Sukorejo Kecamatan Bojonegoro) . *JEKP (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Publik)*, 4(2), 19–39.
- Fitria. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes). *Adl Islamic Economic*, 1(1), 13–27.
- Humaira, D. R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Di Desa Purwasari Kecamatan Purwasari Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa (JIPSK)*, 7(2), 99–108.
- Kotler, P. A. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Zulkarnaen, M. R. (2017). Pengembangan Potensi Ekonomi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Pondok Salam Kabupaten Purwakarta. *Dharmakarya*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v5i1.11430>
- Novita, N. & Auriza, N. (2023). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Mendukung Kemandirian Ekonomi Warga Desa Balaroa Pewunu. *EBISMEN: Jurnal Bisnis, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 112–122.
- Nugrahaningsih, P. (2020). *Ecopreneurship: Perspektif Pembangunan yang Berkelanjutan (Konsep dan Aplikasi di BUMDes Blulukan Gemilang, Desa Blulukan, Karanganyar, Jawa Tengah)*. UNS Press.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8–14. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>
- Pangestu, A. T. (2020). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten. *Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Rahmawati, M. S. S. D. I. S. D. (2017). *Green Entrepreneurship: Konsep dan Aplikasi di Desa Eduwisata Hijau Sukunan Yogyakarta*. Yogyakarta: Expert.
- Soemanagara. (2006). *Strategic Marketing Communication, Konsep Strategis Dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Suhayati, M. (2018). Pengaturan Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa Dan Implementasinya. *Kajian*, 23(4), 257–266.
- Susanti, S., G. W. & S. S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248–261.