COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7, No. 1, November 2026-April 2027
e-ISSN : 2797-0159| p-ISSN : 2797-0574
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/community

PENGUATAN EKONOMI LOKAL MELALUI EDUKASI MANAJEMEN USAHA DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDES AGRIBISNIS BUDIDAYA CABAI DAN PETERNAKAN ITIK DI DESA MA'RUMPA KABUPATEN MAROS

Adrianah[1], Nur Apriyani[2], Yusra Nginang[3], Ibrahim Syah[4], Armada Arfan[5]
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia-YAPMI Makassar [1,2,3,4,5]
Email : adrianah0901@gmail.com[1], nurapriyani@stimi-yapmi.ac.id[2] , yusranginang90@gmail.com[3], muhib.tempo.mks@gmail.com[4], armadaarfan28@gmail.com[5]

Diterima: *13/10/2026*; Direvisi: *20/10/2026*; Diterbitkan: *5/11/2026*

ABSTRAK

Desa Marumpa di Kabupaten Maros memiliki potensi agribisnis budidaya cabai dan peternakan itik yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), namun kontribusinya terhadap ekonomi lokal belum optimal. Kendala utama bersumber dari keterbatasan kapasitas manajerial pengurus, ketiadaan pencatatan kas terpisah, serta belum dimanfaatkannya kanal digital untuk memutus ketergantungan pada tengkulak. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kompetensi tata kelola usaha, memfasilitasi integrasi pemasaran digital, serta menyusun rencana aksi penguatan kelembagaan BUMDes. Program dilaksanakan pada 12–26 Juli 2025 dengan melibatkan 25 peserta yang terdiri atas pengurus BUMDes, aparatur desa, serta perwakilan kelompok tani dan ternak. Metode pelaksanaan mencakup *focus group discussion* (FGD), sosialisasi interaktif, dan pendampingan teknis intensif selama empat pertemuan berdurasi total 16 jam. Evaluasi hasil dilakukan menggunakan instrumen tes awal (*pre-test*) dan tes akhir (*post-test*) 20 butir pilihan ganda yang mengukur empat indikator kompetensi. Hasil evaluasi terukur memperlihatkan kenaikan rata-rata nilai pemahaman peserta sebesar 38,70%, yakni dari skor awal 49,60 meningkat menjadi 88,30 pada akhir kegiatan. Luaran riil program berupa tersusunnya pembukuan kas sederhana berbasis *spreadsheet*, penetapan struktur unit kerja BUMDes, peluncuran akun promosi media sosial, serta penerbitan lima konten katalog digital. Capaian kognitif dan luaran manajerial ini menjadi fondasi awal yang secara potensial dapat mendorong peningkatan penjualan serta pertumbuhan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Agribisnis; BUMDes; Ekonomi Lokal; Manajemen Usaha; Pemasaran Digital*

ABSTRACT

Marumpa Village in Maros Regency possesses agribusiness potential in chili cultivation and duck farming managed by Village-Owned Enterprises (BUMDes), yet its contribution to the local economy remains sub-optimal. The primary constraints stem from managerial limitations, absence of separated financial records, and lack of digital channels to reduce dependency on local middlemen. This community service program aimed to enhance business governance, facilitate digital marketing adoption, and formulate an institutional strengthening action plan. The initiative was conducted from July 12 to July 26, 2025, engaging 25 participants comprising BUMDes management, village officials, and representatives of farming and livestock groups. The participatory intervention integrated focus group discussions (FGD), interactive socialization, and intensive technical mentoring across four sessions totaling 16 instructional hours. Evaluation was measured through pre-test and post-test instruments consisting of 20 multiple-choice questions assessing four competency domains. The empirical evaluation revealed a 38.70% increase in participants' average comprehension, ascending from an initial

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7, No. 1, November 2026-April 2027
e-ISSN : 2797-0159| p-ISSN : 2797-0574
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/community

baseline score of 49.60 to 88.30 upon completion. Tangible program deliverables included standardized simple cash bookkeeping templates, formalized organizational task allocations, official social media business profiles, and the publication of five digital promotional catalogs. These immediate educational outputs establish the operational foundation required to support sales growth and foster long-term community economic resilience.
Keywords: *Agribusiness; BUMDes; Digital Marketing; Business Management; Local Economy*

PENDAHULUAN

Pembangunan desa merupakan salah satu strategi mendasar dalam mewujudkan pemerataan kesejahteraan masyarakat secara inklusif di Indonesia. Keberhasilan pembangunan tersebut bertumpu pada kemandirian masyarakat dan kelembagaan lokal dalam mengelola komoditas unggulan secara produktif dan berkelanjutan. Sebagai instrumen kelembagaan ekonomi desa, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memegang peran sentral dalam mengonsolidasikan potensi lokal dan memberikan nilai tambah ekonomi (Octisari et al., 2023). Namun, banyak unit usaha desa belum mampu beroperasi secara optimal karena tata kelola organisasi yang dijalankan masih bersifat administratif konvensional. Transformasi kelembagaan menjadi keharusan mutlak agar BUMDes dapat bertindak sebagai badan usaha yang adaptif terhadap dinamika pasar modern.

Desa Marumpa yang terletak di Kecamatan Marusu, Kabupaten Maros memiliki potensi agribisnis unggulan pada sektor budidaya cabai dan peternakan itik petelur. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara bersama mitra pada Mei 2025, volume panen cabai mencapai rata-rata 3,5 ton per siklus tanam dan produksi telur itik mencapai 1.200 butir per minggu. Namun, potensi ekonomi yang menjanjikan ini terkendala oleh sistem penjualan yang 85% masih bergantung pada pedagang perantara atau tengkulak lokal dengan harga beli di bawah harga pasar umum. Selain itu, 100% pengelolaan keuangan usaha pada kelompok usaha budidaya tersebut masih tercampur dengan keuangan rumah tangga pribadi tanpa ada pembukuan kas yang baku. Ketiadaan struktur unit usaha mandiri di bawah naungan BUMDes menyebabkan rantai pasok dan penetapan marjin keuntungan usaha agribisnis belum terkonsolidasi dengan tertib.

Tantangan operasional tersebut semakin mendesak di tengah pergeseran paradigma transaksi perdagangan menuju ekosistem digital. Pemasaran digital (*digital marketing*) terbukti menjadi instrumen komunikasi strategis yang efektif dalam memangkas rantai pasok, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan interaksi pelanggan secara langsung (Pambudi & Suyono, 2020). Berbagai intervensi pengabdian masyarakat sebelumnya mengonfirmasi bahwa edukasi digital terpadu mampu mempercepat adaptasi bisnis bagi pelaku usaha mikro dan entitas pedesaan (Herman et al., 2023; (Misdawita et al., 2025; Prabantoro et al., 2026; Pratiwi & Sumaya, 2025; Rahayu et al., 2025; Tangngisalu et al., 2026). Selain promosi, penguatan literasi pencatatan keuangan internal juga terbukti krusial dalam memperkuat daya tahan organisasi masyarakat agribisnis (Adrianah, Nginang, et al., 2025). Peningkatan kompetensi sumber daya manusia pengelola usaha menjadi prasyarat kunci agar sarana digital tidak terbengkalai pascapelatihan (Adrianah, Apriyani, et al., 2025).

Sebagian besar program pengabdian sejenis selama ini cenderung berfokus pada salah satu dimensi saja, seperti pelatihan media sosial atau pembukuan dasar secara terpisah. Program pengabdian ini menghadirkan kebaruan melalui pendekatan terintegrasi tiga pilar, yaitu pembenahan tata kelola organisasi BUMDes, edukasi akuntansi kas sederhana, dan pendampingan pemasaran digital berbasis konten produk lokal. Integrasi ini dirancang secara khusus untuk memecahkan hambatan struktural kelompok usaha cabai dan ternak itik di Desa

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7, No. 1, November 2026-April 2027
e-ISSN : 2797-0159| p-ISSN : 2797-0574
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/community

Marumpa secara komprehensif. Melalui perbaikan tata kelola internal dan aktivasi kanal promosi daring mandiri, ketergantungan harga pada tengkulak dapat diminimalkan secara bertahap. Namun, peningkatan posisi tawar melalui kanal digital tidak berlangsung otomatis, karena keuntungan harga bagi produsen dapat dipengaruhi oleh karakteristik mutu komoditas dan pihak yang mengendalikan transaksi (Bello-Bravo et al., 2026; Choruma et al., 2024; Dewi et al., 2021; Hasan et al., 2025; Puspitafuri & Kasmawati, 2025).

Tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas manajerial pengurus BUMDes, memperbaiki sistem pencatatan keuangan usaha, serta memfasilitasi pembentukan identitas digital pemasaran produk agribisnis desa. Indikator keberhasilan program diukur secara empiris melalui ketercapaian nilai peningkatan pengetahuan peserta minimal 30% berdasarkan evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan. Selain itu, program menargetkan tersusunnya draf struktur unit bisnis agribisnis BUMDes, satu buku kas operasional sederhana, satu akun media sosial resmi usaha, serta minimal lima konten promosi digital yang terunggah secara mandiri oleh mitra.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Marumpa, Kecamatan Marusu, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. Program berlangsung selama rentang waktu dua pekan, terhitung mulai tanggal 12 Juli hingga 26 Juli 2025, dengan empat sesi tatap muka intensif berdurasi masing-masing 4 jam sehingga total alokasi waktu pembinaan mencapai 16 jam. Khalayak sasaran kegiatan berjumlah 25 orang peserta yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Kriteria peserta mencakup 5 orang pengurus inti BUMDes Marumpa, 3 orang perangkat desa bidang pemberdayaan ekonomi, 10 orang petani cabai, dan 7 orang peternak itik yang aktif mengelola unit usaha masyarakat.

Pendekatan yang diterapkan adalah metode partisipatif (*participatory approach*) yang mengedepankan kolaborasi aktif peserta sejak identifikasi hambatan hingga perumusan strategi usaha. Pelaksanaan dibagi ke dalam empat tahapan operasional, yaitu identifikasi masalah, sosialisasi teori, *Focus Group Discussion* (FGD), dan pendampingan teknis langsung. Pada tahap FGD, peserta dibagi ke dalam dua kelompok kerja terfokus yang masing-masing merumuskan pemisahan peran unit usaha dan penyusunan strategi harga cabai serta telur itik. Tahap pendampingan teknis dilanjutkan dengan praktik langsung pengisian buku kas pemasukan dan pengeluaran berbasis lembar kerja (*spreadsheet*), fotografi produk menggunakan pencahayaan alami gawai, serta pembuatan akun Instagram dan WhatsApp *Business* resmi BUMDes.

Pengukuran keberhasilan kegiatan dilakukan melalui evaluasi kuantitatif dan verifikasi portofolio luaran manajerial secara objektif. Evaluasi kuantitatif menerapkan pengujian *pre-test* pada awal pertemuan pertama dan *post-test* pada akhir sesi pendampingan menggunakan kuesioner terstruktur 20 butir soal pilihan ganda. Soal tersebut mengukur empat domain utama: kelembagaan BUMDes (bobot 25%), manajemen operasional (bobot 25%), pencatatan keuangan kas (bobot 25%), dan strategi pemasaran digital (bobot 25%). Rumus perhitungan persentase peningkatan pemahaman peserta dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{Peningkatan Pemahaman (\%)} = \frac{\text{Rata-rata Skor Post-test} - \text{Rata-rata Skor Pre-test}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100$$

Pemantauan keberlanjutan program dilaksanakan secara berkala selama 60 hari kalender pascapendampingan melalui skema *monitoring* dwimingguan. Tim pengabdi membentuk grup koordinasi daring (*WhatsApp group*) guna memantau keteraturan unggahan konten media sosial serta memeriksa rekonsiliasi buku kas bulanan BUMDes secara konsisten.

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7, No. 1, November 2026-April 2027
e-ISSN : 2797-0159| p-ISSN : 2797-0574
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/community

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Marumpa telah menyelesaikan seluruh tahapan terencana mulai dari identifikasi awal, sosialisasi, FGD tematik, hingga pendampingan praktik lapangan. Pada tahap identifikasi awal, tim pengabdi bersama pengurus BUMDes mengurai akar masalah operasional yang membatasi perputaran modal usaha cabai dan itik. Permasalahan mendesak yang disepakati bersama meliputi ketiadaan segregasi antara uang pribadi dan hasil usaha, rendahnya nilai tawar petani saat panen raya, serta nihilnya katalog digital penawaran produk ke konsumen akhir di Kota Makassar dan Kabupaten Maros.

Dokumentasi visual proses interaksi dialogis dan pengumpulan data permasalahan bersama para peserta program di balai desa disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Sesi Identifikasi Permasalahan dan Pemetaan Kebutuhan Usaha Agribisnis Bersama Pengurus BUMDes dan Petani

Foto pada Gambar 1 menunjukkan keterlibatan langsung pengurus BUMDes dan petani cabai dalam memaparkan hambatan logistik dan pemasaran lokal. Interaksi dua arah ini menjadi landasan empiris bagi tim pengabdi dalam menyusun modul ajar yang kontekstual dan tepat guna. Para peserta secara transparan memperlihatkan catatan penjualan masa lalu yang masih menggunakan buku nota sobekan tanpa rekapitulasi berkala. Keterbukaan informasi ini memudahkan perumusan format pembukuan kas yang disederhanakan agar mudah dioperasikan secara mandiri oleh pengelola BUMDes.

Tahap sosialisasi dan pemaparan materi tata kelola organisasi dilaksanakan pada sesi tatap muka berikutnya di lokasi yang sama. Tim memberikan pembekalan teoretis mengenai pemisahan fungsi pengawas dan pengelola operasional BUMDes, perencanaan biaya pokok produksi, serta pengenalan fitur bisnis digital. Peserta diperkenalkan pada pemanfaatan *copywriting* persuasif dan teknik pengambilan visual produk yang bersih guna meningkatkan daya tarik visual cabai segar dan telur itik mentah. Sesi ini ditandai dengan dinamika tanya jawab aktif seputar kendala modal kerja dan fluktuasi harga pakan ternak itik.

Suasana penyampaian modul edukasi manajemen usaha dan pembekalan kelembagaan BUMDes oleh tim pengabdi diperlihatkan pada Gambar 2.

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7, No. 1, November 2026-April 2027
e-ISSN : 2797-0159| p-ISSN : 2797-0574
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/community



Gambar 2. Sosialisasi Tata Kelola Kelembagaan BUMDes dan Manajemen Finansial Usaha Agribisnis

Sebagaimana terekam dalam Gambar 2, sesi pemaparan materi berlangsung tertib dan mendapat atensi penuh dari aparatur desa serta pelaku usaha tani. Pemahaman konsep yang disampaikan pada tahap ini langsung diuji cobakan melalui lembar studi kasus penentuan harga jual komoditas. Peserta diajak menghitung penyusutan kandang itik dan biaya pupuk ke dalam komponen biaya produksi riil. Tahapan ini berhasil membongkar kekeliruan perhitungan laba bersih yang selama ini dipraktikkan oleh para peternak lokal.

Setelah materi teoritis dipahami, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan FGD untuk merumuskan struktur pembagian tugas BUMDes dan pendampingan teknis digitalisasi produk. Pada sesi ini, tim berhasil mendampingi pembentukan akun Instagram bisnis resmi (@bumdes.marumpa) dan WhatsApp *Business* terverifikasi. Selain akun resmi, dihasilkan dokumen struktur pembagian kerja unit agribisnis serta lima materi promosi visual yang siap dipublikasikan ke jejaring pasar digital. Kegiatan pendampingan pembuatan konten kreatif dan pendaftaran akun bisnis secara langsung tersebut didokumentasikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pendampingan Teknis Praktik Pemasaran Digital dan Pembuatan Konten Promosi Produk Agribisnis

Gambar 3 memperlihatkan proses transfer keterampilan digital secara intensif dari tim instruktur kepada pengurus muda BUMDes dan anggota kelompok tani. Pendampingan difokuskan pada praktik pemotretan kemasan telur itik dengan latar belakang bersih dan pencahayaan memadai menggunakan telepon pintar. Peserta secara langsung mempraktikkan cara mencantumkan label informasi harga, berat bersih, serta kontak pemesanan langsung pada konten grafis. Hasil konten promosi yang dibuat langsung diunggah ke media sosial sebagai rintisan kampanye digital pertama unit usaha desa.

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7, No. 1, November 2026-April 2027
e-ISSN : 2797-0159| p-ISSN : 2797-0574
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/community

Efektivitas keseluruhan proses pembelajaran dan pendampingan tersebut diukur secara kuantitatif melalui instrumen evaluasi *pre-test* dan *post-test*. Rekapitulasi capaian nilai peserta sebelum dan sesudah intervensi disajikan secara komparatif pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Nilai Pre-Test dan Post-Test Peningkatan Pemahaman Peserta (N = 25)

No	Indikator Kompetensi	Nilai Rata-rata Pre-Test	Nilai Rata-rata Post-Test	Selisih Skor	Peningkatan Relatif (%)
1	Penguatan Kelembagaan BUMDes	54,40	89,20	+34,80	34,80%
2	Manajemen Perencanaan Usaha	48,00	86,40	+38,40	38,40%
3	Pembukuan Keuangan Sederhana	42,80	84,00	+41,20	41,20%
4	Pemasaran Digital & Konten Promosi	53,20	93,60	+40,40	40,40%
Rata-rata Keseluruhan		**49,60**	**88,30**	**+38,70**	**38,70%**

Berdasarkan sajian data kuantitatif pada Tabel 1 di atas, terlihat adanya lonjakan pemahaman peserta yang sangat signifikan pada seluruh parameter evaluasi yang diujikan. Rata-rata nilai total pemahaman peserta mengalami kenaikan dari 49,60 pada pengujian awal menjadi 88,30 pada pengujian akhir, atau terhitung meningkat secara absolut sebesar 38,70%. Indikator pembukuan keuangan sederhana mencatatkan lonjakan tertinggi yaitu sebesar 41,20%, yang mencerminkan tingginya antusiasme peserta dalam membenahi tata kelola kas mereka. Sementara itu, indikator pemasaran digital mencapai nilai akhir tertinggi yakni 93,60 berkat efektivitas metode demonstrasi langsung yang diterapkan selama pendampingan. Kenaikan nilai terukur ini membuktikan bahwa kombinasi materi sosialisasi dan praktik intensif berhasil mentransformasi literasi bisnis mitra secara konkret.

Dampak langsung yang berhasil diidentifikasi dari pelaksanaan program ini adalah terbentuknya kesiapan manajerial dan infrastruktur pemasaran dasar BUMDes Marumpa. Peserta telah menguasai keterampilan teknis pencatatan jurnal kas masuk dan keluar serta mandiri dalam mengelola interaksi pesanan melalui pesan instan bisnis. Namun demikian, dampak lanjutan terhadap perluasan jangkauan pasar regional, peningkatan volume penjualan cabai, serta pertumbuhan laba bersih usaha masih berstatus sebagai dampak potensial. Realisasi dampak ekonomi tersebut membutuhkan waktu implementasi, konsistensi promosi berbayar/organik, serta pembuktian transaksi riil dalam siklus panen tiga hingga enam bulan ke depan.

Pembahasan

Keterbatasan kapasitas manajerial dan rendahnya pemanfaatan sarana digital pada unit usaha agribisnis pedesaan merupakan problem klasik yang membutuhkan penanganan terpadu. Hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa intervensi melalui sosialisasi terarah, FGD partisipatif, dan pendampingan teknis terbukti relevan dalam mengatasi defisit kompetensi pengurus BUMDes Marumpa. Penataan kelembagaan yang diperkuat melalui pembagian unit

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

usaha agribisnis memperjelas tata kerja antara pengurus inti dan kelompok tani. Hal ini selaras dengan simpulan riset Safitri et al. (2021) yang menyatakan bahwa kejelasan struktur organisasi dan legitimasi tata kelola internal BUMDes merupakan determinan fundamental dalam meningkatkan kinerja entitas ekonomi pedesaan.

Penguasaan teknik pembukuan kas sederhana berbasis lembar kerja memberikan lompatan literasi yang signifikan bagi para pengelola usaha di Desa Marumpa. Pemisahan rekening operasional usaha dari pos pengeluaran rumah tangga menjadi fondasi transparansi yang melindungi modal kerja dari kebocoran konsumtif. Temuan ini secara kritis mengonfirmasi argumen Wahyuni et al. (2023) bahwa pendampingan teknis akuntansi secara langsung lebih efektif mengubah perilaku tata kelola keuangan pelaku usaha mikro dibanding metode ceramah monolog. Keberhasilan peserta mengeliminasi pencatatan manual yang rentan hilang membuktikan bahwa adopsi alat bantu terstruktur mampu memitigasi risiko salah hitung laba operasional (Alkamalat et al., 2024; Awuy et al., 2026; Gagowa et al., 2026; Puspitawati & Suari, 2025; Samosir et al., 2026).

Pada aspek promosi, ketersediaan akun media sosial resmi dan keterampilan pembuatan materi grafis produk memangkas isolasi informasi yang selama ini membelenggu petani cabai dan peternak itik. Ketergantungan terhadap tengkulak berangsur dapat dikurangi apabila BUMDes konsisten mempublikasikan informasi ketersediaan pasokan langsung ke jejaring konsumen ritel maupun restoran di perkotaan. Temuan empiris ini memperkuat hasil riset Pambudi dan Suyono (2020) serta Purwana et al. (2020) mengenai elastisitas jangkauan pasar yang dihasilkan oleh integrasi media sosial pada unit usaha berbasis komunitas desa. Penguatan keterampilan digital ini juga mereplikasi keberhasilan intervensi pemberdayaan kelompok tani berbasis komunitas yang dilaporkan oleh Adrianah, Apriyani, et al. (2025). Lebih jauh, literasi digital juga berpotensi memperkuat kepercayaan diri kewirausahaan karena kemampuan menilai informasi dan tren pasar membantu pelaku UMKM mengambil keputusan bisnis secara lebih adaptif (Ismanidar et al., 2025; Nugroho et al., 2025; Rusmini et al., 2026; Setiawan et al., 2026).

Kendati memperlihatkan capaian kognitif yang memuaskan, program ini mengidentifikasi sejumlah tantangan operasional dalam hal pemeliharaan keberlanjutan pascapelatihan. Kendala utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan waktu pengurus dalam memperbarui konten media sosial di tengah kesibukan harian bertani dan merawat ternak. Selain itu, fluktuasi sinyal internet seluler di area persawahan Marumpa kerap menghambat kecepatan respons admin dalam membalas pertanyaan calon konsumen via WhatsApp *Business*. Tantangan pembagian kerja juga membayangi apabila pengurus inti BUMDes tidak mendelegasikan wewenang operasional harian secara konsisten kepada staf muda yang melek digital.

Guna memastikan capaian program tidak meredup setelah masa pengabdian berakhir, tim pengabdi menyusun rekomendasi strategi keberlanjutan yang wajib dijalankan oleh mitra desa. Pengurus BUMDes direkomendasikan membuat kalender editorial konten promosi yang dijadwalkan terbit minimal dua kali seminggu pada hari kerja. Dalam aspek keuangan, BUMDes wajib menerapkan jadwal tutup buku kas mingguan yang diperiksa secara silang oleh badan pengawas desa setiap akhir bulan. Pemerintah Desa Marumpa juga didorong untuk mengalokasikan anggaran operasional BUMDes dalam APBDes guna mendukung fasilitas langganan internet kantor dan pemutakhiran kemasan komoditas secara berkesinambungan.

KESIMPULAN

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7, No. 1, November 2026-April 2027
e-ISSN : 2797-0159| p-ISSN : 2797-0574
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/community

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Marumpa telah berjalan dengan sukses dan mencapai sasaran terukur yang telah ditetapkan. Program ini menghasilkan dampak langsung berupa peningkatan pemahaman rata-rata peserta sebesar 38,70% pada domain kelembagaan, perencanaan usaha, pembukuan keuangan, dan pemasaran digital. Selain luaran kognitif, luaran fisik program telah terbentuk secara konkret meliputi draf pemisahan unit usaha agribisnis BUMDes, satu format buku kas operasional sederhana, serta aktivasi akun media sosial resmi yang memuat lima konten katalog produk cabai dan telur itik. Program ini berhasil meletakkan tata kelola organisasi dasar dan infrastruktur promosi digital mandiri guna mengurangi ketergantungan harga pada pedagang perantara.

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki batasan ruang lingkup evaluasi yang baru mengukur peningkatan pengetahuan jangka pendek dan ketersediaan sarana operasional rintisan. Peningkatan pendapatan ekonomi warga, volume transaksi riil komoditas, dan perluasan jangkauan pasar regional belum dapat diklaim sebagai keberhasilan permanen pada tahap ini karena membutuhkan waktu implementasi yang lebih panjang. Diperlukan komitmen pengurus BUMDes untuk melakukan pencatatan kas harian secara disiplin, memelihara interaksi digital dengan calon pembeli, serta mengevaluasi perkembangan usaha bersama badan pengawas desa secara berkala. Penelitian dan pengabdian lanjutan direkomendasikan untuk mendampingi pengurusan legalitas izin edar produk, standardisasi kemasan vakum, serta integrasi unit usaha BUMDes ke dalam platform niaga elektronik (*e-commerce*) nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Adrianah, A., Apriyani, N., Syah, I., & Syarif, H. K. (2025). Pemberdayaan kelompok wanita tani melalui penguatan kapasitas pemasaran digital berbasis komunitas di daerah Sudiang Makassar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, *5*(1), 45–54. https://doi.org/10.54069/waradin.v5i1.102

Adrianah, A., Nginang, Y., Asniwati, A., Sari, R., & Wildam, A. A. (2025). The effect of financial management effectiveness and digital marketing on strengthening human resource capacity in P4S farmer groups. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, *4*(2), 112–121. https://doi.org/10.58344/jimi.v4i2.214

Alkamalat, A., Alvianti, S. N., Qomariyah, J., Maulana, B. Y., & Adiyanto, M. R. (2024). Penerapan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM Elf's Cake. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(2), 45–52. https://doi.org/10.62281/jpm.v3i2.145

Awuy, S. V., Tiwow, G. M., & Oroh, S. S. A. (2026). Analisis pengelolaan keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Matani Kecamatan Tomohon Tengah Kota Tomohon. *SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, *6*(2), 757–767. https://doi.org/10.51878/social.v6i2.10447

Bello-Bravo, J., Brito, L. F., Mamani, G. C. M., & Cabana, Y. C. (2026). Reconsidering the middleman: Asymmetries in a direct-contact producer-buyer alpaca fiber roundtable in Peru. *Pastoralism: Research, Policy and Practice*, *16*, Article 16455. https://doi.org/10.3389/past.2026.16455

Choruma, D. J., Dirwai, T. L., Mutenje, M., Mustafa, M. A., Chimonyo, V. G. P., Jacobs-Mata, I., & Mabhaudhi, T. (2024). Digitalisation in agriculture: A scoping review of technologies in practice, challenges, and opportunities for smallholder farmers in sub-Saharan Africa. *Journal of Agriculture and Food Research*, *18*, Article 101286. https://doi.org/10.1016/j.jafr.2024.101286

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

Dewi, N. M. A. K., Syahlani, S. P., & Haryadi, F. T. (2021). The choice of information sources and marketing channel of Bali cattle farmers in Bali Province. *Open Agriculture*, *6*(1), 413–425. https://doi.org/10.1515/opag-2021-0018

Gagowa, S., Alinti, D. A. E., Rahim, O. R., Trevalli, G., Mohehu, F., & Ahmad, R. (2026). Penerapan akuntansi sederhana dalam pengelolaan keuangan usaha rumahan di Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, *8*(3), 210–222. https://doi.org/10.37479/jimb.v8i3.37124

Hasan, N., Rusdiyana, E., & Anwar, S. (2025). Enhancing market efficiency for chili farmers through digital auction platforms: A case study of Semar-Dica apps. *Journal of Sustainability, Society and Eco-Welfare*, *3*(1), 35–50. https://doi.org/10.61511/jssew.v3i1.2025.1824

Herman, B., Haslindah, H., Anwar, M. A., Mursalat, A., & Mutmainnah, M. (2023). Pemberdayaan BUMDes melalui edukasi digital marketing dalam menghadapi persaingan usaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *7*(3), 2410–2419. https://doi.org/10.31764/jmm.v7i3.14890

Ismanidar, N., Chandra, R., & Salman, S. (2025). Empowerment through ecoprint training on mugs for PKK women in Gampong Bayeun, East Aceh Regency. *Community Empowerment*, *10*(9), 1836–1847. https://doi.org/10.31603/ce.14618

Misdawita, M., Aulia, A. F., Rahmadhani, T., Fatimah, S., Adetya, R., Pasaribu, N., Pasaribu, M., Permana, A., Simanullang, M. V., Panjaitan, D. F., Pertiwi, D., & Gresia, W. V. (2025). Program pelatihan digital untuk UMKM: Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dan penguatan ekosistem digital. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, *9*(1), 361–373. https://doi.org/10.31571/gervasi.v9i1.8784

Nugroho, C., Wulandari, A., Maulana, D., Rina, N., & Kalaloi, A. F. (2025). Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, *8*(3), 4523–4535. https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i3.7544

Octisari, S. K., Rahayu, S., & Purnomo, S. (2023). Pemetaan tren Badan Usaha Milik Desa (BUMDes): Sebuah analisis bibliometrik. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, *22*(1), 35–46. https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v22i1.234

Pambudi, B. S., & Suyono, S. (2020). Digital marketing as an integrated marketing communication strategy in BUMDesa in East Java. *Jurnal Komunikasi Terapan*, *4*(2), 108–119. https://doi.org/10.20885/jkt.v4i2.1520

Prabantoro, G., Mais, R. G., Lovita, E., Nursanita, N., Apandi, A., & Aprileny, I. (2026). Digitalisasi UMKM untuk mendongkrak produk lokal dan ekonomi daerah. *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI)*, *4*(2), 40–47. https://doi.org/10.33476/jeci.v4i2.430

Pratiwi, A. R., & Sumaya, P. S. (2025). Optimalisasi strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital di Barlingmascakeb. *Aspirasi Masyarakat*, *2*(1), 45–56. https://doi.org/10.71154/k7sgsy40

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2020). Pemanfaatan digital marketing bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, *1*(1), 1–17. https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531

Puspitafuri, C., & Kasmawati, K. (2025). Integrasi artificial intelligence untuk prediksi harga biji kakao dan e-commerce dalam meningkatkan nilai jual petani. *Jurnal Bisnis Digital (J-BisDig)*, *3*(1), 169–189. https://doi.org/10.52060/j-bisdig.v3i1.3018

Puspitawati, N. M. D., & Suari, L. K. A. (2025). Optimalisasi manajemen usaha dalam meningkatkan kinerja Toko Istana Florist di Ubud Gianyar. *COMMUNITY: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(2), 448–456. https://doi.org/10.51878/community.v5i2.6973

Rahayu, B. H., Nurhayati, C., & Rahayu, A. M. (2025). Pemberdayaan UMKM Desa Depok Kabupaten Purwakarta melalui digitalisasi pelayanan publik dan pemasaran digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(10), 5869–5875. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i10.3651

Rofiq, M., & Purnomo, E. P. (2022). Penguatan kapasitas pengelola BUMDes dalam meningkatkan usaha desa. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik (JISPO)*, *4*(1), 55–65. https://doi.org/10.33474/jispo.v4i1.14120

Rusmini, R., Lubis, K. S., Khairani, K., Prasasti, D., & Ramadhan, A. (2026). Penguatan sulam otomatis berbasis inovasi, literasi numerasi, digital marketing untuk kemandirian ekonomi masyarakat. *COMMUNITY: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(2), 1401–1412. https://doi.org/10.51878/community.v6i2.12303

Safitri, R., Suryanto, T., & Nugroho, A. (2021). Penguatan kelembagaan BUMDes dalam mendukung pembangunan ekonomi desa. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, *5*(2), 85–96. https://doi.org/10.37950/jkpd.v5i2.135

Samosir, H. E., Mujiani, S., Mahmudin, T., Ashari, I. F., & Durya, N. P. M. A. (2026). Peningkatan literasi keuangan UMKM melalui pelatihan pencatatan keuangan digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, *4*(4), 22217–22228. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5792

Setiawan, I. Y., Rahmah, D. D. N., Rahman, N. N., & Wahyuni, R. (2026). Pengaruh literasi digital terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada UMKM di Kota Samarinda. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *6*(4), 2614–2619. https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.12485

Tangngisalu, J., Akob, M., Yusuf, M., Sumail, L., Mokhtar, H., & Saleh, D. (2026). Peningkatan kapasitas manajerial dan digitalisasi usaha bagi pelaku UMKM di era ekonomi digital. *Transformasi Masyarakat*, *3*(1), 67–76. https://doi.org/10.62383/transformasi.v3i1.2873

Wahyuni, S., Hidayat, R., & Arifin, Z. (2023). Peningkatan kapasitas manajemen usaha melalui pelatihan dan pendampingan UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, *7*(1), 22–31. https://doi.org/10.30595/jppm.v7i1.12501

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://doi.org/10.51878/community.v7i1.16531