PENDAMPINGAN BUMDES OLANG MESA MELALUI PENGUATAN SARANA USAHA, BRANDING DESA DAN AKSES PASAR DIGITAL UNTUK PERTUMBUHAN EKONOMI BERKELANJUTAN

Syahrinullah[1], Bulkis [2], St. Maria Ulfah[3], Fajar Rakasiwi Syamsuddin[4], Saddam Husain Tamrin[5], Devi Ayuni[6]

[1] Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka
[2] Prodi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Terbuka
[3] Prodi Pendidikan Anak Usia Dini, Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan Universitas Terbuka
[4] Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka
[5] Prodi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Terbuka
[6] Prodi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka

(syahrinullah@ecampus.ut.ac.id[1], bulkis@ecampus.ut.ac.id[2], mariaulfah@ecampus.ut.ac.id[3], rakasiwifajar@ecampus.ut.ac.id[4], saddam-husain@ecampus.ut.ac.id[5], deviayuni@ecampus.ut.ac.id [6])

Abstrak

Pemberdayaan ekonomi desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan strategi esensial untuk mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Desa Bonde, Kabupaten Majene, memiliki potensi perikanan unggulan berupa komoditas Ikan Ambu, namun optimalisasi usahanya masih terhambat oleh keterbatasan sarana produksi, lemahnya identitas visual merek, dan rendahnya literasi pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mentransformasi BUMDes Olang Mesa menjadi agregator utama ekonomi desa melalui penguatan sarana fisik, penciptaan branding desa yang terintegrasi, serta perluasan akses pasar digital. Pelaksanaan program menggunakan pendekatan partisipatif yang terbagi ke dalam empat tahapan utama: penggalian data melalui Focus Group Discussion (FGD), penguatan kapasitas sarana produksi, implementasi branding dan pemasaran digital, serta evaluasi program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan pada tata kelola usaha BUMDes. Pada aspek sarana, telah dilakukan pembenahan estetika fasilitas warung serta penciptaan diversifikasi produk kuliner bernilai tambah dari Ikan Ambu (jepe-jepe, sambal, dan bakso). Pada aspek branding, citra komersial desa berhasil diperkuat melalui instalasi neon box Desa Binaan, papan nama usaha komersial, dan penataan tata cahaya dekoratif. Pada aspek digitalisasi, jangkauan komersial produk berhasil diekspansi secara masif melintasi batas geografis Majene melalui pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial yang dikelola terpusat oleh BUMDes. Sinergi antara kelayakan sarana, kekuatan identitas visual, dan digitalisasi pemasaran ini terbukti efektif dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Kata Kunci: *BUMDes Olang Mesa; branding desa; pemasaran digital; Desa Bonde*

Abstract

Village economic empowerment through Village-Owned Enterprises (BUMDes) is an essential strategy for promoting community economic self-reliance. Bonde Village, Majene Regency, possesses significant fisheries potential, particularly the Ambu fish commodity. However, the optimization of this potential remains constrained by limited production facilities, weak visual brand identity, and low digital marketing literacy. This Community Service Program (PKM) aimed to transform BUMDes Olang Mesa into a key aggregator of the village economy by strengthening physical facilities, developing an integrated village branding strategy, and expanding access to digital markets. The program was implemented using a participatory approach consisting of four main stages: data collection through Focus Group Discussions (FGDs), strengthening production facilities and capacity, implementing branding and digital marketing strategies, and program evaluation. The results demonstrated significant improvements in the management and development of BUMDes business activities. In terms of facilities, the program improved the aesthetic quality of the food stall and developed value-added culinary product diversification using Ambu fish, including jepe-jepe, chili sauce, and fish meatballs. In terms of branding, the village's commercial image was strengthened through the installation of a Desa Binaan neon box, commercial business signage, and decorative lighting arrangements. In terms of digitalization, the commercial reach of the products was substantially expanded beyond the geographical boundaries of Majene through the utilization of e-commerce platforms and social media managed centrally by BUMDes. The synergy among adequate facilities, a strong visual identity, and digital marketing has proven effective in supporting inclusive and sustainable village economic growth.

Keywords: *BUMDes Olang Mesa; village branding; digital marketing; Bonde Village*

A. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan membutuhkan penguatan kelembagaan lokal yang mampu mengelola potensi sumber daya secara produktif (Arsyad, 2019). Salah satu instrumen utama dalam mewujudkan kemandirian tersebut adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang secara regulatif diamanatkan sebagai pilar penggerak ekonomi desa sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 114 Tahun 2014 tentang Pedoman Pembangunan Desa (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2014). Aminuddin (2020) menegaskan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat desa yang efektif harus bertumpu pada penguatan kelembagaan lokal yang mengakar pada potensi dan karakteristik wilayah setempat. Pandangan ini sejalan dengan konsep pembangunan berbasis komunitas dari Sumodiningrat (2021), yang menyatakan bahwa kemandirian ekonomi desa hanya dapat dicapai apabila masyarakat dilibatkan secara aktif sebagai subjek, bukan sekadar objek, pembangunan.

Desa Bonde, yang terletak di pesisir pantai barat Sulawesi, Kecamatan Pamboang, Kabupaten Majene, merupakan potret wilayah pedesaan

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

dengan potensi sumber daya besar yang masih membutuhkan intervensi strategis. Berdasarkan data kependudukan (Badan Pusat Statistik, 2023), secara demografis Desa Bonde dihuni oleh 2.626 jiwa yang tergabung dalam 583 Kepala Keluarga (KK). Penduduk desa ini didominasi oleh kelompok usia produktif yang mencapai 51% dari total populasi, sebuah angka yang seharusnya menjadi modal utama penggerak roda ekonomi. Dari sisi mata pencaharian, mayoritas penduduk, yakni sebanyak 498 orang, berprofesi sebagai nelayan, diikuti oleh pedagang sebanyak 108 orang, dan petani sebanyak 80 orang. Kondisi geografisnya yang berada tepat di tepi pantai Selat Makassar memberikan keunggulan komparatif di sektor perikanan, khususnya ketersediaan komoditas lokal hasil perikanan seperti Ikan Ambu yang pada musimnya akan sangat melimpah. Namun demikian, tingginya potensi alam dan usia produktif ini belum berbanding lurus dengan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Data kesejahteraan sosial menunjukkan realitas empirik bahwa masih terdapat 133 KK yang tergolong miskin dan 69 KK prasejahtera, menjadikan Desa Bonde masih dikategorikan sebagai desa yang sedang berkembang.

Secara ideal, keberadaan BUMDes Olang Mesa di Desa Bonde diharapkan mampu menjadi motor penggerak utama yang menyinergikan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Mardikanto dan Soebianto (2020) dalam perspektif kebijakan publiknya menegaskan bahwa lembaga pemberdayaan desa idealnya mampu menyediakan fasilitas pendukung produksi, membangun citra identitas produk lokal yang kuat di mata konsumen, dan menjembatani pelaku UMKM dengan ekosistem ekonomi yang lebih luas, sebuah pandangan yang juga diperkuat oleh Suharto (2021) dalam kajiannya tentang strategi pemberdayaan sosial dan pembangunan kesejahteraan. Akan tetapi, fenomena aktual yang terjadi di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan. Optimalisasi sumber daya di Desa Bonde masih terhambat oleh keterbatasan kompetensi masyarakat dalam tata kelola usaha yang profesional, minimnya ketersediaan sarana fisik pendukung (seperti etalase display dan mesin freezer untuk penyimpanan), serta belum optimalnya peran BUMDes dalam membangun sistem pemasaran yang terpusat. Persoalan ini turut diperparah oleh lemahnya tata kelola keuangan kelembagaan, sebagaimana ditemukan Hidayat dan Nugraha (2023) yang menyimpulkan bahwa minimnya literasi pengelolaan keuangan BUMDes kerap menghambat pengadaan sarana produksi yang representatif. Kurniawan (2022) dan Widjaya (2022) turut menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan pada tingkat desa dan UMKM menjadi salah satu determinan utama lambatnya akselerasi usaha lokal. Selain itu, identitas visual desa maupun branding produk lokal masih sangat parsial. Keterbatasan penguasaan teknologi informasi untuk memperluas akses pasar digital juga mengakibatkan produk olahan perikanan yang dihasilkan oleh masyarakat sulit

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

menjangkau pangsa pasar regional maupun nasional.

Dalam diskursus ilmu manajemen strategik dan pemberdayaan masyarakat, theoretical gap (kesenjangan teoritis) kerap muncul pada fase transisi kelembagaan dari sekadar peningkatan kapasitas dasar menuju komersialisasi skala institusional. Berbagai teori pembangunan pedesaan tradisional umumnya mengasumsikan bahwa pembentukan lembaga BUMDes dan pemberian pelatihan keterampilan produksi secara linier akan bermuara pada kemandirian ekonomi. Namun, teori-teori tersebut kerap mengabaikan kompleksitas adaptasi bisnis di desa pesisir. Determinan keberhasilan usaha pedesaan di era modern tidak hanya bergantung pada seberapa banyak produk yang dapat dihasilkan, melainkan pada kemampuan lembaga untuk mengorkestrasikan ketersediaan infrastruktur fisik (sarana), penciptaan identitas visual yang meyakinkan konsumen (branding), dan penetrasi pasar nirkabel secara simultan. Terdapat ruang kosong dalam teori pemberdayaan yang belum secara komprehensif merumuskan model integrasi ketiga elemen ini di bawah naungan BUMDes yang memiliki keterbatasan literasi teknologi awal.

Melengkapi kesenjangan teoritis tersebut, research gap (kesenjangan riset) dalam pelaksanaan pendampingan desa binaan ini juga teridentifikasi dari hasil intervensi program sebelumnya.

Pada tahun 2025, pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) telah berhasil menumbuhkan kesadaran kolektif dan memberikan keterampilan dasar terkait pengolahan produk perikanan. Akan tetapi, riset aplikatif dan intervensi PKM sebelumnya cenderung berhenti pada fase introduksi konsep usaha dan penciptaan produk. Perdana dan Ramadhan (2023) mendokumentasikan pola serupa, yakni optimalisasi inovasi produk lokal melalui kemitraan dengan perguruan tinggi yang kerap berhenti pada fase edukasi dasar tanpa berlanjut ke fase komersialisasi skala institusional. Temuan ini diperkuat oleh Permana dan Widodo (2022), yang menyimpulkan bahwa program pelatihan usaha mikro di tingkat desa umumnya masih berfokus pada peningkatan keterampilan produksi semata, tanpa disertai penguatan sarana fisik dan akses pasar yang memadai. Belum banyak kajian pengabdian yang memfokuskan aksinya pada fase eskalasi operasional berkelanjutan, yakni pengadaan sarana usaha fisik yang representatif, pengembangan branding desa yang kohesif sebagai identitas produktif, serta penyediaan akses perangkat pasar digital yang dikelola secara terpusat oleh BUMDes. Kekosongan ranah pendampingan inilah yang sering menyebabkan UMKM lokal mengalami stagnasi dan produknya tidak dapat terserap secara optimal oleh pasar.

Berdasarkan pemaparan tersebut, sejumlah persoalan mendasar dapat diidentifikasi dalam pelaksanaan program ini. Persoalan pertama berkaitan dengan bagaimana implementasi penguatan sarana usaha fisik dan peralatan pendukung dapat meningkatkan efisiensi proses produksi,

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

penyimpanan, dan tata kelola usaha UMKM yang profesional di bawah naungan BUMDes Olang Mesa. Kurniawan dan Setiawan (2023) menekankan bahwa penerapan teknologi tepat guna dalam pengelolaan produk lokal desa menjadi kunci untuk menjawab persoalan keterbatasan sarana tersebut. Persoalan kedua menyangkut bagaimana strategi pengembangan branding desa dan identitas visual yang terintegrasi mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat citra produk lokal UMKM Desa Bonde di tengah persaingan pasar. Adapun persoalan ketiga berfokus pada bagaimana bentuk pendampingan dan optimalisasi akses pasar digital berbasis pemanfaatan teknologi informasi melalui BUMDes Olang Mesa dapat memperluas jangkauan pemasaran komersial produk desa secara berkelanjutan. Nugroho dan Utami (2021) menyatakan bahwa strategi peningkatan kompetensi masyarakat desa berbasis teknologi digital menjadi prasyarat mutlak sebelum UMKM mampu memanfaatkan sistem informasi secara optimal, sebagaimana juga ditegaskan oleh Lubis dan Maulana (2021) dalam analisisnya terhadap implementasi sistem informasi UMKM berbasis digital. Tantangan pemasaran digital ini turut diperkuat oleh temuan Sudarmono dan Lestari (2022) yang mengidentifikasi peluang sekaligus tantangan digitalisasi pemasaran produk desa di berbagai wilayah Indonesia.

Bertolak dari rumusan persoalan tersebut, artikel pengabdian ini bertujuan untuk menambal kesenjangan yang telah diuraikan sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi literatur pemberdayaan kelembagaan ekonomi desa. Secara spesifik, kegiatan ini diarahkan untuk: (1) mengimplementasikan penguatan sarana usaha fisik dan peralatan pendukung guna meningkatkan efisiensi proses produksi, pengolahan, dan penyimpanan, serta mewujudkan tata kelola usaha UMKM yang lebih profesional di bawah naungan BUMDes Olang Mesa Desa Bonde; (2) menerapkan strategi pengembangan branding desa dan identitas visual secara terintegrasi, seperti pembuatan identitas visual desa, papan BUMDes, dan desain kemasan inovatif, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra produk lokal UMKM Desa Bonde dalam menghadapi persaingan pasar; dan (3) melaksanakan pendampingan dan optimalisasi akses pasar digital melalui pemanfaatan sarana teknologi informasi (media sosial dan e-commerce) yang terpusat pada BUMDes Olang Mesa guna memperluas jangkauan pemasaran komersial produk desa secara berkelanjutan.

Program pendampingan ini diproyeksikan memberikan manfaat multipihak yang saling melengkapi. Bagi Pemerintah Desa dan BUMDes Olang Mesa, kegiatan ini diharapkan meningkatkan kapasitas dan tata kelola kelembagaan agar mampu berfungsi secara optimal sebagai motor penggerak ekonomi desa yang mandiri dan profesional, sekaligus mendukung pencapaian visi, misi, dan arah kebijakan Pemerintah Desa Bonde, sejalan dengan prinsip pengelolaan BUMDes ideal yang

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

digariskan oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (2022). Bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM, program ini diharapkan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola produksi yang efisien, higienis, dan bernilai tambah, serta memperluas jangkauan pasar produk olahan lokal melalui optimalisasi pemasaran digital, termasuk melalui pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) sebagai bentuk perlindungan hukum atas inovasi produk. Bagi dunia akademik, hasil kajian ini diharapkan memperkaya khazanah ilmu manajemen pemberdayaan dan menjadi rujukan strategis bagi akademisi, praktisi, serta pemangku kebijakan pemerintah desa, sekaligus memperkuat sinergi tridharma perguruan tinggi, sebagaimana diamanatkan dalam panduan Program Kreativitas Mahasiswa oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2022). Keberlanjutan manfaat program pasca-pendampingan juga menjadi perhatian penting, mengingat Rahayu dan Indrawan (2023) menemukan bahwa evaluasi keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi desa kerap menjadi titik lemah dari berbagai inisiatif pengabdian yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Alasan mendasar dan novelty (kebaruan) yang ditawarkan oleh artikel ini terletak pada pendekatan hulu ke hilir yang diimplementasikan secara terintegrasi dalam wadah BUMDes Olang Mesa. Kebaruan riset aksi ini adalah formulasi "Trilogi Penguatan BUMDes" yang mengawinkan intervensi perbaikan sarana usaha fisik secara langsung, penciptaan branding visual desa yang inovatif, dan adopsi akses pemasaran digital dalam satu rangkaian tahapan pelaksanaan PKM yang terukur. Pendekatan ini mengubah posisi BUMDes dari sebatas lembaga administratif pedesaan menjadi episentrum sirkulasi ekonomi digital dan fisik. Relevansi pendekatan ini juga dikonfirmasi oleh kajian Wahyuni dan Prasetyo (2022) mengenai manajemen usaha mikro desa pada sejumlah BUMDes di Sulawesi, yang menegaskan bahwa keberhasilan lembaga ekonomi desa di kawasan tersebut sangat ditentukan oleh kemampuannya mengintegrasikan aspek sarana, identitas, dan jangkauan pasar secara simultan. Melalui artikel bertajuk "Pendampingan BUMDes Olang Mesa melalui Penguatan Sarana Usaha, Branding Desa dan Akses Pasar Digital untuk Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan", ditawarkan sebuah kerangka penyelesaian masalah komprehensif yang diyakini tidak hanya mampu mengangkat perekonomian Desa Bonde, namun juga sangat relevan untuk direplikasi pada karakteristik wilayah pesisir lainnya.

B. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Nasional Desa Binaan di Desa Bonde ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif, komprehensif, dan berkelanjutan, sejalan dengan prinsip pembangunan berbasis komunitas yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif perubahan (Sumodiningrat, 2021; Mardikanto & Soebianto, 2020). Pelaksanaan kegiatan mengacu pada

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

panduan Program Kreativitas Mahasiswa dan pengabdian masyarakat dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2022), serta dibagi ke dalam 4 (empat) tahapan utama atau milestone sebagai berikut.

1. Tahapan Pelaksanaan

Milestone 1: Penggalian Data dan Penyamaan Persepsi

Tahap pertama ini difokuskan pada upaya identifikasi kebutuhan esensial masyarakat sekaligus penyamaan persepsi terkait arah pengembangan ekonomi desa. Pelaksanaannya dilakukan melalui metode Focus Group Discussion (FGD) yang secara aktif melibatkan berbagai pemangku kepentingan, antara lain tokoh masyarakat, perangkat desa, pelaku UMKM, anggota komunitas, serta pengurus BUMDes Olang Mesa. Teknik pengumpulan data didukung melalui survei lapangan, wawancara mendalam, dan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk menjamin tingginya partisipasi masyarakat, sebuah pendekatan yang selaras dengan prinsip pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik (Mardikanto & Soebianto, 2020). Hasil luaran dari tahapan ini berupa pemetaan potensi desa, rincian kendala UMKM, serta aspirasi warga yang berfungsi sebagai dasar perencanaan tahapan PKM selanjutnya.

Milestone 2: Penguatan Kapasitas Sarana Usaha dan Diversifikasi Produk

Tahap kedua berfokus pada penguatan kapasitas internal BUMDes dan UMKM desa yang direalisasikan melalui workshop dan pendampingan praktik langsung di lapangan. Rangkaian kegiatannya mencakup pendampingan inovasi pengolahan produk unggulan lokal (sektor pertanian dan perikanan) agar menghasilkan produk bernilai tambah, lebih higienis, dan inovatif. Pendekatan pelatihan usaha mikro semacam ini sejalan dengan model pemberdayaan masyarakat desa yang dikaji oleh Permana dan Widodo (2022). Pada tahapan ini juga dilakukan pendampingan dan penyediaan fasilitas sarana usaha pendukung, seperti mesin freezer, etalase pajangan produk, dan peralatan produksi modern lainnya, dengan berpedoman pada prinsip penerapan teknologi tepat guna dalam pengelolaan produk lokal desa (Kurniawan & Setiawan, 2023). Kegiatan ini juga diiringi dengan pelatihan keterampilan tata kelola produksi untuk meminimalisasi inefisiensi. Hasil yang diharapkan adalah meningkatnya standarisasi kemampuan produksi UMKM serta terwujudnya kesiapan sarana usaha yang lebih profesional untuk menunjang keberlanjutan bisnis desa.

Milestone 3: Penguatan Branding Desa dan Optimalisasi Akses Pasar

Tahap ketiga menitikberatkan pada perancangan branding BUMDes secara visual dan perluasan akses pasar melalui ekosistem digital. Kegiatannya meliputi pembuatan desain identitas visual desa yang terintegrasi, seperti pembuatan Papan Plank Desa Binaan Universitas Terbuka, papan penanda usaha BUMDes Olang Mesa, papan petunjuk arah lokasi fisik BUMDes, hingga penyempurnaan

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

desain kemasan produk lokal yang sudah eksis. Tahapan ini sekaligus merepresentasikan kemitraan strategis antara perguruan tinggi dan desa dalam mengoptimalkan inovasi produk lokal, sebagaimana dikaji oleh Perdana dan Ramadhan (2023). Secara paralel, tim PKM memberikan pelatihan manajemen pemasaran berbasis teknologi digital, yang mencakup optimalisasi pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, dengan merujuk pada kajian implementasi sistem informasi UMKM berbasis digital dari Lubis dan Maulana (2021) serta peluang dan tantangan digitalisasi pemasaran produk desa dari Sudarmono dan Lestari (2022). Tahapan ini bertujuan secara spesifik untuk meningkatkan daya pandang (visibilitas) produk, membangun citra produktif desa yang tangguh, dan memperluas rentang jaringan pemasaran UMKM melintasi batas lokal secara digital.

Milestone 4: Monitoring, Evaluasi, dan Pelaporan

Tahap keempat atau terakhir merupakan fase pengendalian kualitas yang difokuskan pada kegiatan pemantauan (monitoring) pelaksanaan, evaluasi dampak pendampingan, serta pelaporan keseluruhan kegiatan PKM. Aktivitas pada tahap ini mencakup evaluasi progres dan pencapaian pada setiap milestone sebelumnya, khususnya capaian riil pada penguatan sarana, branding, dan digitalisasi pasar. Tahapan evaluasi ini merujuk pada pentingnya penilaian keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi desa sebagaimana ditekankan oleh Rahayu dan Indrawan (2023), agar hambatan yang muncul selama proses pelaksanaan dapat diidentifikasi untuk dilakukan penyesuaian strategi pendampingan demi menjaga keberlanjutan program pasca-PKM. Kegiatan ditutup dengan penyusunan draf laporan akhir PKM yang tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi akademik, tetapi juga sebagai dokumen dasar rekomendasi kebijakan bagi pengurus BUMDes dan Pemerintah Desa Bonde ke depannya. Pada akhirnya, tahapan ini memastikan seluruh intervensi berjalan tepat sasaran, terukur, dan mampu direplikasi pada program selanjutnya.

2. Lokasi Pelaksanaan

Lokasi pelaksanaan PKM Nasional Desa Binaan Tahun 2026 ini adalah di Desa Bonde, Kecamatan Pamboang, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Berdasarkan data administratif wilayah (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2014; Badan Pusat Statistik, 2023), Desa Bonde memiliki luas wilayah sekitar 1,15 km² dengan batas wilayah sebagai berikut: sebelah utara berbatasan dengan Desa Bonde Utara, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Soreang Palipi, sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Totoli, dan sebelah barat berbatasan dengan Selat Makassar. Secara administratif, Desa Bonde terbagi ke dalam 5 (lima) dusun, yaitu Dusun Tappa Banua, Dusun Luaor, Dusun Soppeng Jawa, Dusun Alle-alle, dan Dusun Banua Salama.

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

a. Teknologi yang Digunakan

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini, pemanfaatan teknologi menjadi instrumen penting untuk mendukung efektivitas pelaksanaan dan keberlanjutan program, sejalan dengan urgensi penerapan teknologi tepat guna dalam pengelolaan produk lokal desa yang dikemukakan oleh Kurniawan dan Setiawan (2023). Pendekatan berbasis teknologi yang diterapkan mencakup tiga aspek utama, yaitu:

Teknologi Produksi dan Penyimpanan Produk

Penggunaan teknologi pada aspek ini difokuskan untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, dan nilai tambah produk UMKM lokal. Teknologi yang diaplikasikan meliputi penggunaan peralatan pendingin seperti freezer dan kulkas guna menjaga kesegaran produk olahan, serta penyediaan etalase display untuk memajang produk agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, digunakan pula peralatan pengolahan yang higienis seperti mesin pencetak bakso dan alat pengemas kedap udara (vacuum seal) yang berfungsi secara signifikan untuk memperpanjang daya tahan (umur simpan) produk agar lebih layak pasar.

Teknologi Branding dan Identitas Visual

Guna memperkuat branding desa dan BUMDes, kegiatan ini mengadopsi teknologi desain dan percetakan modern untuk merancang identitas produk yang profesional dan konsisten, mengacu pada konsep branding sebagai sistem identitas visual komprehensif (Pranoto, 2021). Teknologi yang dimanfaatkan mencakup penggunaan perangkat lunak desain grafis digital, teknologi percetakan UV (Ultraviolet), serta perancangan sistem informasi visual yang terpadu sebagaimana ditekankan dalam kajian implementasi sistem informasi berbasis digital (Lubis & Maulana, 2021). Pemanfaatan teknologi desain ini direalisasikan dalam pembuatan papan BUMDes, plank Desa Binaan, penanda lokasi usaha, hingga inovasi tata rupa desain kemasan produk yang bertujuan untuk membangun citra positif dan meningkatkan daya saing merek di pasar lokal maupun digital.

Teknologi Pemasaran dan Akses Pasar Digital

Optimalisasi pemasaran produk lokal desa dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi pasar secara terintegrasi, sejalan dengan peran teknologi informasi sebagai jembatan nirbatas dalam pengembangan UMKM di desa (Sihombing, 2020). Teknologi yang digunakan meliputi pemanfaatan platform e-commerce, optimalisasi media sosial, dan penggunaan berbagai instrumen pemasaran digital (digital marketing tools) untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, sebagaimana diuraikan dalam kajian peluang dan tantangan digitalisasi pemasaran produk desa (Sudarmono & Lestari, 2022). Operasionalisasi dari teknologi pemasaran ini didukung oleh ketersediaan perangkat keras seperti komputer dan smartphone (telepon pintar) yang memungkinkan pengurus BUMDes untuk mengelola promosi,

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

memproses transaksi, dan memantau interaksi penjualan secara real-time dan terpusat.

C. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Pelaksanaan PKM Nasional Desa Binaan ini menguraikan capaian riil dan pembahasan komprehensif dari pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Nasional Desa Binaan di Desa Bonde, Kecamatan Pamboang, Kabupaten Majene. Berpedoman pada empat tahapan (milestones) pelaksanaan yang telah dirancang, intervensi program secara sistematis difokuskan pada upaya pemberdayaan UMKM lokal melalui optimalisasi peran BUMDes Olang Mesa. Pada bagian ini akan diulas secara mendalam keberhasilan implementasi program yang bertumpu pada tiga pilar utama, yakni penguatan sarana usaha fisik, penciptaan branding desa yang terintegrasi, serta perluasan jangkauan pemasaran melalui akses pasar digital, beserta tinjauan analitis mengenai dampak dan tantangannya dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi desa yang berkelanjutan.

1. Hasil Penguatan Sarana Usaha Fisik dan Tata Kelola Produksi

Implementasi penguatan sarana usaha fisik bagi UMKM di bawah naungan BUMDes Olang Mesa telah membawa perubahan wajah yang sangat signifikan terhadap fasilitas produksi dan layanan. Pembenahan diawali dengan perbaikan tata ruang dan estetika fisik, di mana area kafe BUMDes kini telah diperbagus dan diperindah melalui pengecatan ulang dengan warna yang lebih segar dan menarik. Selain itu, penataan meja pengunjung dirancang lebih ergonomis dan nyaman, dipadukan dengan instalasi lampu kafe bergaya modern yang menciptakan suasana hangat bagi para pelanggan yang datang berkunjung. Pembaruan fasilitas fisik ini tidak hanya sekadar perbaikan infrastruktur, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk mengubah citra BUMDes menjadi pusat kuliner dan interaksi sosial yang representatif dan berkelas di Desa Bonde.

Sejalan dengan peningkatan kenyamanan fisik, penguatan sarana ini juga diimbangi dengan pembaruan dan penciptaan menu baru yang mengoptimalkan potensi komoditas unggulan lokal, yakni Ikan Ambu. Tim pengabdi bersama masyarakat berhasil melakukan diversifikasi produk olahan berbahan dasar ikan laut tersebut menjadi varian menu yang bernilai jual tinggi, seperti jepe-jepe Ikan Ambu, sambal Ikan Ambu, hingga bakso Ikan Ambu yang higienis. Inovasi kuliner ini melengkapi ketersediaan etalase display dan fasilitas penyimpanan modern yang telah disiapkan, sehingga produk-produk diversifikasi yang baru tersebut dapat disajikan secara estetik dan segar kepada konsumen, sekaligus mendongkrak kapasitas UMKM desa dalam memenuhi berbagai selera pasar kuliner.



Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.



Gambar 1. Pembenahan estetika fasilitas warung dan kafe BUMDes Olang Mesa

2. Hasil Pengembangan Branding Desa dan Identitas Visual

Pada aspek identitas komersial, strategi pengembangan branding desa dan identitas visual telah dieksekusi secara terintegrasi untuk memperkuat daya tarik fisik dan komersial Desa Bonde di mata pengunjung. Langkah nyata yang dilakukan adalah pemasangan papan nama (plank) warung BUMDes, seperti pada Warung Ambunna To Luaor, dengan ukuran yang jauh lebih besar dan desain yang lebih memikat perhatian konsumen. Pemasangan identitas utama ini dibarengi dengan penataan area warung yang lebih tertata rapi serta penambahan instalasi lampu kafe dekoratif secara khusus untuk memperindah dan menerangi tampilan warung di malam hari. Sentuhan tata cahaya ini terbukti efektif menghidupkan denyut ekonomi malam hari di sekitar lokasi BUMDes, menarik minat warga lokal maupun pelancong yang melintas.

Melengkapi estetika warung tersebut, identitas kewilayahan juga diperkuat melalui pembuatan dan pemasangan neon box penanda Desa Binaan Universitas Terbuka yang menyala terang sebagai simbol kolaborasi institusional berkelanjutan. Selain itu, dipasang pula beberapa penanda arah (rambu petunjuk jalan) di titik-titik strategis yang memandu arus pengunjung langsung menuju lokasi operasional BUMDes Olang Mesa. Keseluruhan elemen visual ini, mulai dari papan nama warung yang besar, tata lampu, neon box, hingga petunjuk arah, berhasil menciptakan sebuah kesatuan branding fisik yang profesional, memudahkan aksesibilitas konsumen, dan secara psikologis meningkatkan kepercayaan pasar terhadap profesionalisme usaha desa.



Gambar 2. Instalasi neon box, papan nama usaha, dan penataan identitas visual BUMDes

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

3. Hasil Optimalisasi Akses Pasar Digital melalui BUMDes

Optimalisasi akses pasar digital menjadi capaian esensial dalam menjembatani produk-produk inovatif BUMDes Olang Mesa agar tidak hanya terpaku pada pembeli lokal. Tahapan ini direalisasikan melalui penyelenggaraan pelatihan pemasaran digital yang intensif bagi para pengurus BUMDes dan pelaku UMKM desa. Dalam pelatihan ini, peserta dibekali dengan pemahaman manajerial yang komprehensif mengenai strategi pemanfaatan platform media sosial, teknik penulisan promosi (copywriting) dasar untuk menawarkan produk secara daring, hingga manajemen pengelolaan akun e-commerce. Kehadiran perangkat teknologi memungkinkan warga untuk mulai mempraktikkan langsung cara merespons interaksi pelanggan dan mengelola pesanan elektronik dengan lebih profesional.

Guna memastikan keberlanjutan dan kualitas kampanye digital tersebut, kegiatan pendampingan ini juga melibatkan partisipasi aktif mahasiswa Universitas Terbuka dalam proses pembuatan konten promosi yang kreatif dan kekinian. Kolaborasi lintas generasi bersama mahasiswa ini menghasilkan berbagai materi pemasaran visual yang menarik, seperti foto produk olahan jepe-jepe dan bakso Ikan Ambu beresolusi tinggi, serta video promosi yang menyoroti suasana kafe BUMDes yang telah direnovasi. Konten-konten segar ini kemudian didistribusikan secara terpusat dan masif melalui kanal media sosial resmi BUMDes, yang secara efektif berhasil memperluas jangkauan kesadaran merek (brand awareness) melintasi batas geografis Kabupaten Majene, serta membuka keran pesanan dari pangsa pasar yang jauh lebih luas.



Gambar 3. Pelatihan pemasaran digital dan pembuatan konten promosi bersama mahasiswa

4. Pembahasan Umum

Pencapaian integratif dari penguatan sarana fisik, penciptaan identitas visual, dan adopsi pemasaran digital ini membuktikan bahwa pemberdayaan ekonomi desa membutuhkan pendekatan yang multidimensi. Pembenahan fisik berupa penataan kafe dan warung yang lebih estetis tidak akan berdampak maksimal jika tidak ditopang oleh branding yang kuat melalui pemasangan neon box penanda lokasi dan identitas visual yang profesional. Sebaliknya, seluruh infrastruktur fisik dan visual yang telah terbangun tersebut akan menjadi kurang produktif tanpa adanya eskalasi

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

jangkauan pasar yang masif berbasis teknologi informasi. Sinergi "Trilogi Penguatan BUMDes" ini terbukti efektif mentransformasi BUMDes Olang Mesa menjadi lokomotif ekonomi terpadu yang berdaya saing, sejalan dengan prinsip tata kelola desa yang profesional dan mandiri sebagaimana digariskan oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (2022).

Secara sosio-ekonomi, inovasi diversifikasi komoditas lokal menjadi produk kuliner bernilai tambah tinggi, seperti jepe-jepe, sambal, dan bakso Ikan Ambu, memiliki relevansi yang sangat kuat dengan karakteristik demografis Desa Bonde. Dengan mayoritas penduduk yang berprofesi sebagai nelayan, yakni sebanyak 498 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2023), ketersediaan bahan baku ikan laut sangat melimpah namun sebelumnya belum terkelola menjadi produk turunan yang tahan lama. Inovasi menu yang dijajakan di kafe BUMDes ini memberikan jalan keluar strategis untuk meningkatkan margin keuntungan warga pesisir, selaras dengan temuan Purnamasari dan Susilo (2023) yang menegaskan pentingnya sarana fisik dalam mengoptimalkan potensi lokal desa. Peningkatan sirkulasi ekonomi hulu ke hilir ini diharapkan mampu menjadi daya ungkit kesejahteraan, mengingat realitas empirik menunjukkan masih terdapat 133 KK miskin dan 69 KK prasejahtera di Desa Bonde yang sangat membutuhkan stimulasi penciptaan lapangan kerja dan sentra usaha baru.

Transformasi kelembagaan juga terlihat jelas dari perubahan peran BUMDes Olang Mesa yang kini tampil lebih prima sebagai agregator utama sekaligus pusat interaksi sosial ekonomi masyarakat di waktu malam. Pemasangan plank Desa Binaan Universitas Terbuka dan kolaborasi aktif bersama kalangan mahasiswa dalam perancangan konten kreatif menunjukkan suksesnya sinergi yang menguntungkan antara dunia akademis dan masyarakat akar rumput, sejalan dengan pentingnya kemitraan perguruan tinggi dalam optimalisasi inovasi produk lokal (Perdana & Ramadhan, 2023). Kemitraan strategis ini tidak hanya memperkuat legitimasi dan pamor komersial produk UMKM Desa Bonde di dunia maya, tetapi juga mengejawantahkan arah kebijakan pembangunan Pemerintah Desa untuk mengembangkan potensi wisata dan perdagangan harian secara berkelanjutan.

Pada tataran luaran kegiatan, keseluruhan proses revitalisasi kafe, perancangan identitas merek, dan digitalisasi pasar ini bermuara pada pencapaian diseminasi yang luas serta proteksi aset intelektual. Dokumentasi setiap capaian program yang diunggah ke platform YouTube dan dipublikasikan melalui media daring menjadi portofolio digital yang mengangkat daya tarik BUMDes Desa Bonde ke kancah yang lebih luas, sebuah strategi yang relevan dengan urgensi pemanfaatan ekosistem digital untuk memutus kendala isolasi geografis desa pesisir (Kementerian Perdagangan, 2023). Sebagai pelindung keberlanjutan bisnis komoditas baru tersebut, inisiasi pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk varian inovasi olahan Ikan Ambu memberikan perisai hukum yang tak

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

ternilai. Kepemilikan HAKI tersebut secara langsung menaikkan brand value produk lokal sekaligus menjamin bahwa inovasi masyarakat pesisir ini terus tumbuh sebagai aset eksklusif milik desa yang tidak mudah ditiru oleh kompetitor eksternal.



Gambar 4. Dokumentasi diseminasi produk dan capaian branding BUMDes Olang Mesa

5. Tantangan dan Pembelajaran

Dalam dinamika operasionalnya, proses transformasi BUMDes Olang Mesa tidak lepas dari sejumlah tantangan yang membutuhkan mitigasi berkelanjutan. Tantangan pertama bersumber pada fase adaptasi transisional dari kebiasaan berdagang konvensional menuju sistem tata kelola bisnis kuliner kafe yang terstandarisasi, di mana para pengelola dan pelaku UMKM kini dituntut untuk berdisiplin menjaga konsistensi mutu rasa menu baru, menjaga higienitas, serta merawat tata letak sarana meja dan kursi agar tetap estetis. Tantangan operasional berikutnya terletak pada aspek pemeliharaan infrastruktur kelistrikan untuk menghidupkan instalasi lampu kafe dekoratif, neon box, dan sarana pendingin (freezer) yang menuntut manajemen beban biaya operasional yang cermat, sejalan dengan pentingnya pengelolaan keuangan BUMDes yang akuntabel (Hidayat & Nugraha, 2023) agar sirkulasi kas BUMDes tetap sehat di masa-masa awal transisi operasional.

Dari berbagai dinamika lapangan tersebut, pembelajaran terpenting yang diperoleh adalah krusialnya pendekatan kolaboratif lintas generasi dan pendampingan praktik langsung yang berkelanjutan. Kebuntuan atau resistensi dalam beradaptasi dengan skema pemasaran e-commerce dan media sosial terbukti efektif diterobos dengan cara melibatkan kolaborasi mahasiswa Universitas Terbuka yang secara teknis lebih lincah menavigasi ekosistem digital, sebagaimana ditekankan oleh Nugroho dan Utami (2021) mengenai pentingnya strategi peningkatan kompetensi masyarakat desa berbasis teknologi. Selain itu, suksesnya perombakan wajah kafe warung BUMDes dan penerimaan masyarakat terhadap inovasi produk menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat desa pesisir tidak semata-mata soal menginjeksi bantuan barang, melainkan tentang menumbuhkan kesadaran kolektif dan kebanggaan warga agar mereka memiliki rasa kepemilikan (sense of belonging) yang kuat untuk merawat seluruh fasilitas produktif tersebut secara bersama-sama, sejalan dengan pandangan Suharto (2021) tentang esensi pemberdayaan sosial yang

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

berakar pada partisipasi dan kesadaran kolektif masyarakat.



Gambar 5. Kolaborasi lintas generasi bersama mahasiswa dalam pendampingan digitalisasi UMKM

D. Kesimpulan

Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Nasional Desa Binaan di Desa Bonde telah memberikan dampak positif terhadap penguatan ekosistem kelembagaan dan ekonomi BUMDes Olang Mesa. Program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi pedesaan perlu dilakukan secara komprehensif melalui penguatan sarana fisik, pengembangan identitas visual, dan optimalisasi teknologi digital. Dari aspek sarana usaha, perbaikan estetika fasilitas warung, penataan meja pengunjung, serta diversifikasi produk olahan Ikan Ambu menjadi jepe-jepe, sambal, dan bakso ikan telah meningkatkan kelayakan operasional dan daya tarik komersial BUMDes. Penguatan branding juga berhasil membangun citra profesional Desa Bonde melalui pemasangan papan nama warung, neon box Desa Binaan Universitas Terbuka, rambu penunjuk arah, serta lampu dekoratif yang mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Sementara itu, pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce yang dikelola secara terpusat oleh BUMDes telah memperluas jangkauan pemasaran produk hingga melampaui batas geografis wilayah Majene. Sinergi antara peningkatan fasilitas, penguatan identitas visual, diversifikasi produk, dan digitalisasi pemasaran menjadi fondasi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.

Untuk menjaga keberlanjutan hasil program, Pemerintah Desa dan pengurus BUMDes Olang Mesa disarankan menyusun dan menerapkan Standard Operating Procedure (SOP) terkait pemeliharaan fasilitas, identitas visual, serta pengelolaan usaha, disertai alokasi anggaran operasional yang transparan dan berkelanjutan. Pelaku UMKM dan masyarakat Desa Bonde diharapkan mempertahankan kualitas, kebersihan, dan konsistensi produk olahan Ikan Ambu serta memperkuat partisipasi dan gotong royong dalam pengelolaan BUMDes. Bagi akademisi dan pelaksana pengabdian berikutnya, program dapat dikembangkan melalui penguatan literasi manajemen keuangan, penerapan pembayaran nontunai seperti QRIS, dan digitalisasi sistem akuntansi BUMDes. Upaya tersebut diharapkan dapat memperkuat transparansi, akuntabilitas,

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

efisiensi pengelolaan usaha, serta keberlanjutan pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Bonde.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Nasional Desa Binaan Desa Bonde mengucapkan puji syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Terbuka, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Terbuka, serta Universitas Terbuka Majene. Penghargaan ini kami sampaikan atas segala kepercayaan, pembinaan, serta dukungan akademik yang telah diberikan secara berkelanjutan kepada tim pelaksana, mulai dari tahap perencanaan program, proses pelaksanaan di lapangan, hingga tahap penyusunan luaran kegiatan.

Ucapan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya juga kami haturkan kepada Pemerintah Desa Bonde yang telah menerima dan memfasilitasi wilayahnya sebagai desa binaan sekaligus lokus utama pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat Nasional Universitas Terbuka. Apresiasi mendalam juga kami sampaikan kepada seluruh jajaran pengurus BUMDes Olang Mesa serta seluruh elemen masyarakat Desa Bonde atas antusiasme, kerja sama yang luar biasa, dan keterbukaannya dalam menerima inovasi selama proses pendampingan berlangsung.

Selanjutnya, tim pelaksana memberikan apresiasi dan penghargaan setinggi-tingginya kepada seluruh narasumber, peserta pelatihan, tim pelaksana lapangan, rekan-rekan media, serta berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala dukungan, kerja sama, dan kontribusi nyata yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga seluruh rangkaian kegiatan PKM Nasional Desa Binaan ini dapat terlaksana dengan sangat baik dan menghasilkan luaran yang diharapkan. Semoga hasil pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penguatan kebijakan pembangunan daerah, serta mampu mendorong terwujudnya pembangunan desa pesisir yang lebih mandiri, inklusif, dan berkelanjutan.

E. Daftar Pustaka

Aminuddin, Z. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Desa: Strategi dan Implementasi*. Alfabeta.

Anwar, M. K., & Hasanah, L. (2023). Efektivitas media sosial sebagai alat pemasaran produk lokal desa. *Jurnal Komunikasi Pembangunan, 11*(1), 56–70.

Arsyad, L. (2019). *Ekonomi Pembangunan* (Edisi Kelima). UPP STIM YKPN.

Astuti, P., & Nurhadi, D. (2020). Implementasi e-commerce untuk pemberdayaan UMKM desa. *Jurnal e-Bisnis dan Teknologi Informasi, 4*(3), 150–162.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Desa 2023*. BPS.

Hartono, B., & Agustina, N. (2022). Model penguatan BUMDes untuk peningkatan kesejahteraan

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah, 15*(1), 22–39.

Hidayat, A. R., & Nugraha, B. P. (2023). Pengelolaan keuangan BUMDes: Solusi menuju desa mandiri. *Jurnal Akuntansi Publik, 5*(3), 55–69.

Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2014). *Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 114 Tahun 2014 tentang Pedoman Pembangunan Desa*. Kemendagri.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2022). *Panduan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. Kemendesa PDTT.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2022). *Panduan Program Kreativitas Mahasiswa: Inovasi dan Pemberdayaan Desa*. Kemendikbud.

Kementerian Perdagangan. (2023). *Strategi Pemasaran Produk Lokal Desa: Panduan Praktis untuk UMKM Desa*. Kemendag.

Kurniawan, A. (2022). *Pengelolaan Keuangan Desa: Panduan Praktis bagi Pemerintah Desa dan BUMDes*. Ganesha Press.

Kurniawan, H., & Setiawan, A. (2023). Penerapan teknologi tepat guna dalam pengelolaan produk lokal desa. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Desa, 7*(3), 33–48.

Lubis, F., & Maulana, R. (2021). Analisis implementasi sistem informasi UMKM berbasis digital. *Jurnal Sistem Informasi, 9*(4), 201–215.

Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. UNS Press.

Nugraha, A., & Putri, D. K. (2022). Model pemasaran digital untuk UMKM desa di era disrupsi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 10*(1), 101–116.

Nugroho, R., & Utami, L. P. (2021). Strategi peningkatan kompetensi masyarakat desa berbasis teknologi digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 5*(3), 120–134.

Perdana, H., & Ramadhan, F. (2023). Optimalisasi inovasi produk lokal melalui kemitraan dengan perguruan tinggi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 7*(2), 73–88.

Permana, S., & Widodo, R. (2022). Pemberdayaan masyarakat desa melalui program pelatihan usaha mikro. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi, 6*(2), 98–112.

Pranoto, S. (2021). *Strategi Pengembangan Produk Lokal Desa: Pendekatan Inovasi dan Pemasaran*. UB Press.

Purnamasari, E. T., & Susilo, D. (2023). Optimalisasi potensi lokal desa melalui BUMDes: Kajian empiris di Indonesia Timur. *Jurnal Pengembangan Desa, 9*(1), 45–60.

Rahayu, S., & Indrawan, A. (2023). Evaluasi keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi desa. *Jurnal Pemberdayaan dan Kemasyarakatan, 8*(1), 85–102.

Santoso, T. R., & Darwis, A. (2019). *Manajemen Badan Usaha Milik Desa (BUMDes): Praktik dan Tantangan*. Gramedia Pustaka Utama.

Sihombing, R. T. (2020). Peran teknologi informasi dalam pengembangan

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

UMKM di desa. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, 6*(2), 77–85.

Sudarmono, T., & Lestari, R. (2022). Digitalisasi pemasaran produk desa: Peluang dan tantangan. *Jurnal Bisnis dan Teknologi, 8*(4), 210–225.

Suharto, E. (2021). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pemberdayaan Sosial dan Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. Refika Aditama.

Sumodiningrat, G. (2021). *Pembangunan Berbasis Komunitas: Landasan Teori dan Praktik di Indonesia*. Pustaka Pelajar.

Suryana, E. (2021). Inovasi produk lokal desa: Studi kasus pengolahan hasil perikanan di Majene. *Jurnal Teknologi dan Inovasi, 12*(2), 89–101.

Wahyuni, S. A., & Prasetyo, H. (2022). Manajemen usaha mikro desa: Studi pada BUMDes di Sulawesi. *Jurnal Ekonomi Desa, 10*(2), 78–90.

Widjaya, I. G. (2022). Strategi pengembangan literasi keuangan pada UMKM desa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Desa, 3*(3), 45–61.

Yuliana, E., & Firmansyah, M. (2021). Strategi branding produk UMKM desa melalui Visual Identity System. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, 5*(2), 33–47.

Copyright (c) 2026. Rinul Syahrinullah, Bulkis, St. Maria Ulfah, Fajar Rakasiwi Syamsuddin, Saddam Husain Tamrin, Devi Ayuni. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.