

Pengembangan pemasaran digital pada badan usaha milik desa (BUMDES) Sri Taman Rejeki

Yunita Anggarini*, Diah Astrini Amir

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Jl. Palagan Tentara Pelajar Km. 7 Yogyakarta 55581, Indonesia
 yuni74999@gmail.com

Submitted: February 28, 2023

Revised: March 11, 2023

Accepted: April 24, 2023

Abstrak

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki fungsi strategis dalam mendorong kesejahteraan ekonomi masyarakat Kalurahan Donoharjo. Pendirian BUMDes dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan potensi Kalurahan Donoharjo. BUMDes Sri Taman Rejeki merupakan inisiasi dari Kalurahan Donoharjo bersama masyarakat, untuk mengembangkan produksi olahan buah pepaya, seperti abon, manisan, dan stik pepaya. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan UMKM dalam penggunaan media digital untuk memasarkan produk. Untuk mengembangkan produksi, pihak pengelola mengalami masalah utama terkait produksi dan pemasaran. Permasalahan utama meliputi produk belum terstandar, kemasan produk yang belum terstandar dan menarik, materi promosi masih tradisional, dan metode pemasaran yang masih konvensional. Melalui pelaksanaan pelatihan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman peserta pelatihan dalam menjalankan proses produksi dan pemasaran yang efektif. Kegiatan pelaksanaan melalui enam tahap, yaitu pelaksanaan FGD dengan mitra, pembuatan modul pelatihan, pelatihan kontrol kualitas dalam proses produksi, pelatihan pengemasan produk, pelatihan perancangan materi promosi, dan pelatihan pemasaran produk. Hasilnya adalah meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan para peserta mengenai SOP proses produksi, menciptakan produk dan kemasan yang menarik, merancang materi promosi yang efektif, dan menjalankan digital marketing untuk memasarkan produk. Pendampingan lanjutan dari kegiatan pengabdian ini sangat direkomendasikan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.

Kata Kunci: badan usaha milik desa; pemasaran digital; Kalurahan Donoharjo; sri taman rejeki

Development of digital marketing for village-owned enterprises (BUMDES) Sri Taman Rejeki

Abstract

BUMDes have a strategic function in promoting the economic welfare of the people of the Village. The establishment of BUMDes can be adjusted to the needs and potential of the village. BUMDes Sri Taman Rejeki is an initiation from the village head with the people of Donoharjo Village to develop the production of processed papaya fruit, such as shredded sweets and papaya sticks. This community service aims to increase MSMEs' knowledge and ability to market their products using digital media. To develop production, the management experienced major problems related to production and marketing. The main problems include unstandardized products, unstandardized and attractive product packaging, traditional promotional materials, and conventional marketing methods. Through the implementation of the training, it is expected to increase the understanding of the training participants (administrators and the people of the Village) in carrying out effective production and marketing processes. Implementation activities go through six stages, namely 1) Conducting FGDs with partners; 2) Creating training modules; 3) Quality control training in the production process; 4) Product packaging training; 5) Promotional material design training; and 6) Product marketing training. The result is increased participants' knowledge and skills regarding production process SOPs, creating attractive products and packaging, designing effective promotional materials, and implementing digital marketing to market products. Follow-up assistance from this community service activity is highly recommended for further community service activities.

Keywords: digital marketing; Kalurahan Donoharjo; sri taman rejeki; village-owned enterprises

1. Pendahuluan

UMKM (Usaha mikro kecil menengah) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Penanggulangan kemiskinan dengan cara mengembangkan UMKM memiliki potensi yang cukup baik, karena sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB sekitar 30% (Yuli, 2017; Jamiat & Supyansuri., 2020). Seiring kemajuan teknologi, perkembangan digitalisasi mempengaruhi seluruh aspek tak terkecuali UMKM. Digitalisasi saat ini telah menjadi bagian dari rutinitas seluruh aktivitas usaha (Sari dkk., 2020). Dampak yang sangat dirasakan adalah semakin deras arus informasi yang memacu semakin tinggi kompetisi di dunia usaha. Digitalisasi telah mengubah perilaku konsumen (Kaplan & Haenlein, 2010) dan membawa konsekuensi penting bagi perusahaan, produk, dan merek (Muntinga dkk. 2011).

Literatur menunjukkan bahwa digitalisasi dalam berbagai bentuknya berhubungan positif dengan pertumbuhan, kinerja, dan daya saing usaha kecil. Pemasaran digital dan media sosial memberikan peluang bagi bisnis kecil untuk menarik pelanggan baru dan menjangkau pelanggan yang sudah ada dengan lebih efisien. Meski demikian, masih banyak UMKM yang belum menerapkan sistem pemasaran secara digital (Sari dkk., 2020; Sasongko dkk., 2021). Sampai saat ini evolusi UMKM Indonesia menuju pemasaran digital masih menghadapi berbagai macam permasalahan.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sri Taman Rejeki terletak di Kalurahan Donoharjo. Kalurahan Donoharjo merupakan salah satu kalurahan yang terletak di Kapanewon Ngaglik, Kabupaten Sleman, Provinsi D.I. Yogyakarta, Indonesia. Secara geografis, Kalurahan Donoharjo berbatasan dengan Kapanewon Mlati di sebelah barat, berbatasan dengan Kapanewon Pakem di sebelah utara, berbatasan dengan Kapanewon Ngemplak di sebelah timur dan berbatasan Kapanewon Mlati di sebelah selatan (Official Website Desa Donoharjo, 2022, <https://desadonoharjo.com/>).

Kalurahan Donoharjo memiliki tanah yang subur, sehingga tanaman buah-buahan dapat bertumbuh dengan baik di daerah ini. Salah satu produk buah unggulan yang populer ditanam oleh masyarakat Kalurahan Donoharjo adalah buah pepaya. Oleh karena itu, hal yang wajar bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) untuk mendorong perekonomian masyarakat melalui pembudidayaan produk-produk dari buah pepaya.

BUMDes Sri Taman Rejeki merupakan badan usaha milik Kalurahan Donoharjo yang didirikan pada tahun 2020. Tujuan didirikannya BUMDes Sri Taman Rejeki ini adalah mendorong dan mengajak masyarakat melakukan kegiatan pertanian yang sederhana dan mudah didapatkan/dibudidayakan di lingkungan sekitar. Buah pepaya kemudian menjadi produk unggulan dan cenderung populer dimanfaatkan oleh masyarakat Kalurahan Donoharjo.

Potensi yang dimiliki Kalurahan Donoharjo tersebut dimanfaatkan oleh BUMDes Sri Taman Rejeki dimana kelompok ini berfokus pada mengkreasikan produk dari buah pepaya. Beberapa produk yang pernah dihasilkan dari buah pepaya oleh kelompok ini adalah manisan pepaya, abon pepaya, dan stik pepaya. Namun sayangnya, dalam menghasilkan produk yang kompetitif di pasar, kelompok ini masih menemukan berbagai persoalan. Persoalan yang dihadapi antara lain adalah produk yang dihasilkan belum memiliki standar baku, produk belum mendapatkan perijinan dari lembaga tersertifikasi seperti BPOM, MUI, dan lain-lain, belum memiliki rumah produksi sendiri, pengemasan produk yang masih terbatas, pemasaran yang masih rendah, alat produksi yang belum lengkap dan seringkali terjadi pergantian kepengurusan karena belum adanya ikatan kontrak secara formal.

Proses produksi masih dilakukan secara sederhana dan belum menggunakan SOP dan kontrol kualitas, sehingga jaminan kebersihan dan standarisasi produk belum dapat diwujudkan. Oleh karena itu perlu diberikan perhatian khusus mengenai peningkatan pengetahuan para anggota tentang produksi yang berkualitas. Selain masalah inovasi produk, BUMDes Sri Taman Rejeki juga memiliki

masalah kemasan produk. Kemasan yang digunakan sebelumnya adalah plastik sederhana yang mudah rusak. Kondisi tersebut menjadikan kemasannya belum mampu melindungi dan mencegah kerusakan isi produk. Untuk dapat meningkatkan omset penjualan, perlu dilakukan perluasan penyebaran produk/jangkauan pemasaran. Oleh karena itu perlu memperhatikan kemasan yang aman dan mudah didistribusikan, sehingga tidak mengurangi nilai produk bagi konsumen.

UMKM merupakan salah satu soko guru ekonomi dan menjadi penyumbang 60% dari produk domestik bruto (PDB) nasional di Indonesia. Pada masa pandemi covid-19, sektor UMKM cukup kuat, dan secara bertahap bermigrasi ke UMKM digital. Sebanyak 14% dari 64 juta UMKM atau sekitar sembilan juta pelaku UMKM sudah bisa bertransformasi menjadi usaha digital. Dengan pertumbuhan yang makin meningkat diharapkan memperkuat perekonomian Indonesia (Jamiat, dkk., 2020; Setiawati. I. & Widyartati. P., 2017).

Di masa pandemi covid-19 perilaku konsumen mengalami pergeseran. Konsumen lebih sadar terhadap kebersihan dan kesehatan. Konsumen juga memilih untuk berkativitas di dalam rumah (*stay at home*), menyukai pembelian *online* dan pengiriman produk secara *delivery* (Hartana, 2020). Namun, bagi BUMDes Sri Taman Rejeki kondisi ini menciptakan permasalahan baru karena peningkatan permintaan industri tidak dapat ditangkap oleh unit usaha, yang disebabkan kurangnya kemampuan sumber daya manusia untuk melakukan pemasaran secara *online* atau pemasaran digital. Oleh karena itu diperlukan peningkatan kualitas sumber daya manusia di BUMDes Sri Taman Rejeki pada pengetahuan dan keterampilan merancang promosi dan melakukan pemasaran secara digital.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi adalah Keterbatasan pengetahuan dan kemampuan memasarkan produk olahan pepaya di media sosial, keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam melakukan proses produksi yang berkualitas, penurunan omset pendapatan selama pandemic Covid 2019 lebih dikarenakan kurangnya kemampuan BUMDes untuk menangkap peningkatan permintaan industri, rendahnya pemanfaatan pemasaran digital oleh BUMDes maupun UMKM di Indonesia, kurangnya pemahaman anggota BUMDes dalam memanfaatkan digital marketing (Kristanto, dkk. 2018; Hasil FGD, 2021; Titus Kristanto, dkk., 2021).

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kualitas produksi, memperluas pemasaran dan promosi produk olahan pepaya secara *online*, memberikan solusi bagaimana cara memanfaatkan pemasaran digital kepada para anggota BUMDes, dan mendorong daya saing UMKM dalam era digital yang semakin pesat. Solusi yang ditawarkan adalah pelatihan pemasaran digital dan pendampingan media sosial bagi mitra yakni BUMdes Sri Taman Rejeki. Oleh karena itu program pengabdian masyarakat di BUMDes Sri Taman Rejeki ini dilaksanakan dengan mengadakan program pelatihan dan pendampingan agar dapat mengatasi permasalahan mitra, dan meningkatkan pendapatan bagi anggota BUMDes Sri Taman Rejeki secara khusus, dan masyarakat secara umum.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian ini diselenggarakan mulai minggu ke-2 bulan Maret 2021, di Kalurahan Donoharjo, Kapanewon Ngaglik, Kabupaten Sleman. Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui beberapa tahapan.

2.1. Pelaksanaan FGD dengan pihak mitra

Pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) ini bertujuan untuk memperoleh gambaran objektif mengenai permasalahan yang dihadapi mitra sehingga luaran FGD ini menghasilkan sejumlah rumusan masalah yang konkrit. Pengusul menyusun tahapan program dengan tepat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra. Penanggungjawab kegiatan ini adalah penulis pertama sekaligus

sebagai narasumber FGD, sementara penulis kedua bertugas sebagai notulis yang mencatat poin-poin penting selama pelaksanaan FGD.

2.2. Pembuatan seluruh modul pelatihan

Pembuatan modul edukasi dan pelatihan dilakukan oleh penulis pertama dan penulis kedua. Pembuatan modul ini dilaksanakan pada bulan pertama dan bulan kedua kegiatan. Terdapat empat modul yang dikerjakan oleh tim pengabdian masyarakat, yaitu modul SOP & standarisasi proses produksi, modul pengemasan produk, modul teknik mendesain promosi, dan modul pemasaran produk. Dua modul yang pertama meliputi modul tentang SOP & standarisasi proses produksi dan modul pengemasan produk menjadi tanggung jawab penulis kedua. Sedangkan dua modul lainnya yakni modul teknik mendesain promosi, dan modul pemasaran digital menjadi tanggung jawab penulis pertama.

2.3. Pelatihan tentang SOP dan standarisasi proses produksi

Penggunaan SOP dalam bidang bisnis, terutama sektor industri pangan adalah hal yang sangat penting. Adanya SOP dan standarisasi proses produksi akan menjadi panduan untuk menjalankan proses produksi yang benar, dan menjamin pertanggungjawaban pelaksanaan produksi secara lebih efektif, rapi, dan sistematis dari awal hingga akhir. Pada mitra program pengabdian masyarakat yaitu BUMDes Sri Taman Rejeki, proses produksi yang dilakukan anggota belum menerapkan standarisasi proses. Hal ini terlihat dari pelaksanaan yang berbeda-beda dari anggota dalam melakukan kegiatan produksi. Dengan perbedaan cara-cara produksi tersebut menjadikan hasil produksi yang diperoleh menjadi beragam kualitasnya. Selain itu proses produksi masih dilakukan secara tradisional dan belum memperhatikan aspek kebersihan (higienitas). Hal ini dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

Kegiatan pelatihan tentang SOP ini dimulai dengan persiapan materi pelatihan maupun alat dan bahan untuk praktek. Penanggung jawab dan sekaligus narasumber pelatihan ini adalah penulis kedua. Setelah pelatihan ini, pihak mitra program pengabdian masyarakat bertanggungjawab untuk memastikan pelaksanaan standarisasi dalam proses produksi.

2.4. Pelatihan pengemasan produk

Desain kemasan merupakan bagian yang paling penting, terutama di industri pangan. Desain kemasan menjadi salah satu pemicu penjualan produk dan dapat memberikan nilai tambah produk. Dalam hal pengemasan produk BUMDes Sri Taman Rejeki belum memiliki keterampilan yang memadai. Hal ini terlihat dari kemasan yang belum terstandar, mudah rusak dan kurang menarik. Diperlukan pengetahuan dan keterampilan bagi anggota mengenai pengemasan produk.

Kegiatan yang dilakukan meliputi pelatihan dan praktik langsung bersama mitra terkait pengemasan produk. Narasumber untuk kegiatan ini adalah penulis pertama yang sekaligus menjadi penanggung jawab kegiatan. Mitra berperan serta untuk mengkoordinir peserta pelatihan dan memastikan persiapan tempat kegiatan.

2.5. Pelatihan Perancangan Materi Promosi

Dalam hal promosi produk, BUMDes Sri Taman Rejeki belum memiliki materi promosi maupun pengetahuan dan keterampilan dalam mendesain promosi. Diperlukan pengetahuan dan keterampilan khusus dalam merancang materi-materi promosi. Kegiatan ini meliputi pelatihan dan praktik langsung terkait promosi yang dilakukan mitra.

Materi pelatihan yang disampaikan adalah pembuatan desain promosi usaha atau kegiatan yang dilakukan agar menarik konsumen. Desain produk/usaha/kegiatan sangat penting karena ketika orang ingin membeli/melihat/datang sesuatu pasti akan menilai desainnya terlebih dahulu dan desain yang baik akan meningkatkan *brand* produk/usaha/kegiatan tersebut. Dengan mengikuti pelatihan ini, diharapkan mitra mampu merancang materi promosi yang menarik dan dapat mempromosikan seluruh kegiatan yang dimilikinya. Kegiatan ini dengan narasumber penulis pertama yang sekaligus menjadi penanggung jawab kegiatan.

2.6. Pelatihan Pemasaran Produk

Dalam hal pemasaran produk BUMDes Sri Taman Rejeki belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memasarkan produk secara luas kepada konsumen. Hal ini terlihat dari cara-cara pemasaran yang masih bersifat tradisional dan bersifat menunggu datangnya pembeli. Diperlukan pengetahuan dan keterampilan bagi anggota mengenai cara/teknik dan strategi pemasaran.

Narasumber dan penanggung jawab kegiatan ini adalah penulis kedua. Kegiatan yang dilakukan meliputi edukasi langsung terkait pemasaran produk yang dihasilkan mitra. Kegiatan ini dimulai dari pelatihan tentang pemahaman segmen pasar/pembeli produk, teknik pengenalan produk dan merek kepada konsumen dan strategi pemasaran. Dengan mengikuti kegiatan ini mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengenalkan fungsi produk, manfaat, keunggulan, cara penggunaan serta strategi memasarkan produk.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini secara sistematis dikelompokkan menjadi tiga tahap, yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

3.1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan survey lokasi dan FGD untuk menjaring permasalahan secara riil. Jika dibandingkan dengan pengabdian sebelumnya yang rata-rata masih memasuki awal pandemi, maka pengabdiannya lebih bersifat online (Kristanto, dkk. 2018; Hasil FGD, 2021; Kristanto T., dkk., 2021). Sedangkan pengabdian masyarakat ini karena sudah memasuki tahap akhir pandemi maka survey dilakukan secara onsite dan FGD juga dilakukan secara *offline*, sehingga hasil yang diperoleh lebih riil.

3.2. Tahap Pelaksanaan

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah pada produk yang tidak terstandarisasi. Hal ini terjadi karena rumah-rumah produksi tidak memiliki standarisasi baku dalam membuat produk olahan pepaya. Masing-masing proses produksi diolah dengan standarisasi di masing-masing rumah produksi sebelum diserahkan pada pengelola BUMDes untuk dijual. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan pelatihan ditekankan pada materi mengenai pemahaman dasar kontrol kualitas (*quality control*). Pokok materi pelatihan yakni pengertian kontrol kualitas, alasan pentingnya kontrol kualitas, aktivitas kontrol kualitas serta alat-alat yang dapat digunakan dalam kontrol kualitas. Pelatihan luaran dari pelatihan ini adalah meningkatnya pengetahuan peserta dalam menerapkan kontrol kualitas dalam proses produksi. Sebanyak 23 peserta pelatihan dari para pelaku produksi dan pengelola BUMDes Sri Taman Rejeki. Pelatihan ini dilaksanakan dalam durasi waktu 90 menit.

Salah satu permasalahan yang dihadapi mitra adalah kemasan produk yang belum terstandarisasi. Hal ini menjadi penyebab rendahnya ketahanan produk dan rendahnya daya kompetitif produk dalam menarik konsumen. Oleh karena itu, pada materi pelatihan berfokus pada pemahaman dasar mitra terkait pengemasan produk. Pokok materi pelatihan yakni strategi produk, kemasan

produk, labelisasi, merek, dan lainnya. Luaran pelatihan pengemasan produk ini adalah meningkatnya pengetahuan peserta dalam melakukan pengemasan produk pada BUMDes Sri Taman Rejeki. Sebanyak 23 peserta pelatihan dari para pelaku produksi dan pengelola BUMDes Sri Taman Rejeki. Pelatihan ini dilaksanakan dalam durasi waktu 90 menit.

Permasalahan lain yang dihadapi mitra adalah kurangnya pemahaman mitra dalam melakukan promosi efektif. Oleh karena itu menjadi penyebab komersialisasi produk masih rendah. Pada pelaksanaan pelatihan perancangan materi promosi ini fokus materi pada pemahaman dasar pengelola mengenai pentingnya promosi efektif. Pokok materi pelatihan ini adalah komunikasi efektif, digital marketing, manajemen konten, media digital, dan lainnya. Luaran dari pelatihan perancangan materi promosi ini adalah meningkatnya pemahaman mitra mengenai urgensi materi promosi efektif. Sebanyak 23 peserta pelatihan dari para pelaku produksi dan pengelola BUMDes Sri Taman Rejeki. Durasi pelatihan ini adalah 90 menit.

Salah satu permasalahan utama mitra adalah pemasaran produk yang mengandalkan pemasaran luring, misalnya menunggu konsumen yang datang berkunjung ke tempat penjualan atau mengandalkan jaringan terdekat (keluarga/kerabat) sebagai konsumen. Metode ini membatasi sasaran pasar dari BUMDes Sri Taman Rejeki. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran produk menekankan pada metode pemasaran secara daring untuk memperluas jangkauan konsumen dari BUMDes Sri Taman Rejeki. Pokok materi pelatihan ini adalah definisi pemasaran daring perbedaan pemasaran konvensional dan daring, alasan pemasaran daring perlu dilakukan, media pemasaran daring, pengoptimalan pemasaran daring. Luaran dari pelatihan ini adalah meningkatnya pengetahuan peserta dalam pemasaran daring. Sebanyak 23 peserta pelatihan dari para pelaku produksi dan pengelola BUMDes Sri Taman Rejeki. Durasi pelatihan ini adalah 90 menit.

3.3. Tahap Evaluasi Kegiatan

Pada tahap evaluasi ini tim pelaksana melakukan analisis dan pemantauan pada kegiatan produksi maupun pemasaran secara *online*. Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan pengisian kuesioner yang dibagikan oleh tim pengabdian masyarakat kepada BUMDes Sri Taman Rejeki. Hasil yang diperoleh berdasar pengisian kuesioner adalah sebanyak 91% peserta menjawab puas pada kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan tentang produksi dan pemasaran *online* produk olahan pepaya. Adapun pemantauan pada kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan minimal satu bulan sekali.

Secara umum, masalah utama yang dihadapi mitra berkaitan dengan pemasaran yang belum dilaksanakan secara efektif. BUMDes Sri Taman Rejeki merencanakan metode promosi yang bisa memiliki jangkauan yang luas. Dengan demikian pemasaran dan promosi dapat menjangkau wilayah di luar Kabupaten Sleman, dapat memperluas penyampaian informasi ke pasar nasional dan bahkan juga pasar internasional. Informasi yang dikemas dalam materi konten yang menarik diharapkan bisa menjangkau khalayak melalui berbagai media *online* seperti *website*, *facebook*, *instagram* maupun *tiktok*. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan melalui media *online* tidak mengharuskan pengeluaran biaya promosi yang besar, seperti biaya pencetakan brosur, pembuatan baliho dan iklan tradisional lainnya. Dengan pelatihan pemasaran digital ini, BUMDes merasakan manfaat pengetahuan di bidang pemasaran digital dan memahami strategi promosi yang efektif dan tepat sasaran.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan FGD



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan pelatihan tentang SOP dan standarisasi proses produksi



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan pelatihan pengemasan produk



Gambar 4. Dokumentasi kegiatan pelatihan perancangan materi promosi

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini bermanfaat bagi BUMDes Sri Taman Rejeki didasarkan pada permasalahan utama yang dihadapi mitra. Secara umum, masalah utama yang dihadapi mitra berkaitan dengan produksi dan pemasaran yang belum dilaksanakan secara efektif. Permasalahan utama yang dimaksud yakni proses produksi yang belum memiliki standarisasi sehingga mempengaruhi konsistensi rasa dari produk, kurangnya pemahaman pengelola dalam menyajikan materi promosi produk, kemasan produk yang belum terstandar dan memiliki daya tarik bagi konsumen/calon konsumen, pemasaran yang masih bertumpu pada metode konvensional. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan yang menasar pada pemahaman dasar pengelola BUMDes Sri Taman Rejeki dan masyarakat kalurahan menjadi pondasi dasar dalam menyelesaikan permasalahan mitra.

Kegiatan pengabdian saat ini berfokus pada pemahaman dasar mitra dengan pelaksanaan pelatihan yang berbasis konseptual. Kegiatan selanjutnya diharapkan dapat berfokus pada pelatihan yang aplikatif/praktikal agar mitra dapat memperoleh pemahaman secara komprehensif mengenai produksi dan pemasaran.

Ucapan Terimakasih

Tim Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta menghaturkan banyak terima kasih kepada anggota BUMDes Sri Taman Rejeki Donoharjo Ngaglik Sleman yang telah berpartisipasi sebagai peserta dan bekerjasama untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemasaran digital. Tim Pengabdian kepada Masyarakat juga menghaturkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah membiayai kegiatan pengabdian ini dalam bentuk hibah internal, Pemerintah Desa Donoharjo Ngaglik Sleman dan pihak terkait yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

Rujukan

- Hartana, H. (2022). pengembangan UMKM di masa pandemi melalui optimalisasi teknologi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganesha FHIS*, 3(2), 50-64.
- Kaplan. A.M. and Haenlein. M. (2010). "Users of the world. unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons*. Vol. 53 No. 1. pp. 59-68.
- Kristanto. T., Muliawati. E. C., Arief. R., & Hidayat. S. (2018). Peningkatan kualitas produksi UKM percetakan di Karangpilang Surabaya Dan Krian Sidoarjo. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(1). pp: 33-38.
- Kristanto. T., Rahmawati. D., Nurdin. A., Putro. F. W., Wicaksono. A. Y., Sholik. M., Metahelgia. Pratiwi. S. R., & Sholeh. L. (2019). Pelatihan keterampilan *web design* bagi siswa SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(2). pp: 153-160.
- Kristanto. T., Rozi. N. F., Muliawati. E. C., Arief. R., & Sadiyah. H. (2020). Pelatihan peningkatan omset pendapatan industri rumahan nasi krawu di Kabupaten Gresik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*. 3(1). pp: 25-31.
- Kristanto. T. dkk. (2020). Pelatihan dan pendampingan pemasaran online produk nasi tiwul di masa pandemi covid-19. *Jurnal Masyarakat Mandiri*.
- Sari, Cut Devi Maulida, and Rusma Setiyana. 2020. "Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)." *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1):63. doi: 10.35308/baktiku.v2i1.2050.

- Muntinga, D.G., Moorman, M. and Smit, E.G. (2011). "Introducing COBRAs: exploring motivations for brand-related social media use". *International Journal of Advertising*. Vol. 30 No. 1. pp. 13-46.
- Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan digital marketing pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi*. 6(1).
- Official Website Desa Donoharjo. web official Donoharjo. 2022. <https://desadonoharjo.com/>
- Sasongko, et al. (2021). Pengembangan pemasaran UMKM Asih di Kabupaten Magelang dengan memanfaatkan digital marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*. 7(1).
- Setiawati, I. & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *Strategi Komunikasi Pemasaran*. 20. pp: 1–5.