

Digitalisasi Pemasaran Produk Unggulan Daerah: Strategi BUMDesa Langgam Sako Menuju *Sustainable Competitive Advantage*

Alvi Furwanti Alwie^{*1}, Nur Azlina¹, Taufeni Taufik¹, M. Luthfi Iznillah², Gilang Eka Maulana¹, Gian Riovi Ramadhan¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau,

²Politeknik Negeri Bengkalis

* alvi.furwanti@lecturer.unri.ac.id

Abstrak. Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Langgam Sako, Kabupaten Bengkalis, memiliki potensi besar dalam produk unggulan daerah, namun menghadapi tantangan dalam memasarkan produk secara efektif. Artikel ini membahas kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dalam rangka mendukung BUMDesa Langgam Sako untuk mencapai Sustainable Competitive Advantage melalui digitalisasi pemasaran. Metode penerapan kegiatan dimulai dengan analisis kebutuhan dan potensi BUMDesa Langgam Sako. Selanjutnya, pengadaan website pemasaran dilakukan untuk menyediakan platform digital yang memudahkan promosi dan penjualan produk unggulan daerah. Website ini dirancang dengan fitur-fitur yang user-friendly dan optimal untuk pencarian internet. Pelatihan pemasaran online diberikan kepada anggota BUMDesa melalui workshop intensif yang mencakup penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, dan strategi pemasaran online. Sebagai upaya memperkuat kemampuan BUMDesa dalam mengelola bisnis secara lebih efektif serta mencapai Sustainable Competitive Advantage. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan keterampilan dalam visibilitas produk unggulan daerah secara online. Anggota BUMDesa juga menunjukkan peningkatan keterampilan dalam mengelola pemasaran digital dan bisnis secara umum. kegiatan ini berhasil membantu BUMDesa Langgam Sako dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta memberikan dampak positif pada ekonomi lokal melalui peningkatan kontribusi penjualan produk unggulan berupa batik tenun bengkalis, juga menjadi sumber pendapatan bagi pengrajin dan memperkuat daya saing ekonomi desa di tingkat regional. Inisiatif ini menggarisbawahi pentingnya digitalisasi untuk perkembangan ekonomi desa secara menyeluruh.

Kata kunci: digital marketing; BUMDesa; sustainable competitive advantage

Abstract. Village-Owned Enterprises or BUMDesa Langgam Sako, Bengkalis Regency, has great potential in regional superior products, but faces challenges in marketing products effectively. This article discusses the community service activities carried out by the community service team in order to support BUMDesa Langgam Sako to achieve Sustainable Competitive Advantage through marketing digitalization. The method of implementing activities begins with an analysis of the needs and potential of BUMDesa Langgam Sako. Furthermore, the procurement of a marketing website was carried out to provide a digital platform that facilitates the promotion and sale of regional superior products. The website was designed with user-friendly features and optimized for internet searches. Online marketing training was provided to BUMDesa members through intensive workshops covering the use of social media, digital content creation, and online marketing strategies as an effort to strengthen BUMDesa's ability to manage their business more effectively and achieve Sustainable Competitive Advantage. The results of this activity showed a significant increase in the visibility of regional superior products online. BUMDesa members also demonstrated improved skills in managing digital marketing and business in general. This activity successfully assisted BUMDesa Langgam Sako in achieving a sustainable competitive advantage and positively impacted the local economy through the increased contribution of flagship product sales, namely Bengkalis woven batik, it has also become a source of income for artisans and strengthened the village's economic competitiveness at the regional level. This initiative underscores the importance of digitalization for the overall economic development of the village.

Keywords: digital marketing; village-owned enterprises; sustainable competitive advantage

To cite this article: Alwie, A.F, Azlina, N., Taufik, T., Iznillah, M,L., Maulana, G,E., & Ramadhan, G,R. 2024. Digitalisasi Pemasaran Produk Unggulan Daerah: Strategi BUMDesa Langgam Sako Menuju *Sustainable Competitive Advantage*. *Unri Conference Series: Community Engagement* 6: 159-165. <https://doi.org/10.31258/unricsce.6.159-165>

© 2024 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2024

PENDAHULUAN

Desa memiliki peran penting sebagai ujung tombak perekonomian nasional, sehingga menjadi salah satu fokus utama pemerintah dalam pembangunan sosial dan ekonomi (Iskandar, 2020). Hal ini tercermin dalam program Nawa Cita yang menekankan pembangunan dari wilayah pinggiran. Di era digitalisasi saat ini, perubahan dalam persepsi persaingan terjadi hampir di semua sektor, termasuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa), yang juga harus beradaptasi menghadapi tantangan dan peluang yang ada. Sebagai unit usaha di desa yang dimiliki dan dikelola secara lokal, BUMDesa dapat membantu mengatasi permasalahan masyarakat melalui pemanfaatan dan mobilisasi sumber daya lokal (Zeuli & Radel, 2005). Bahkan konsep Kewirausahaan masyarakat lokal seperti BUMDesa ini disebut sebagai strategi yang menjanjikan sebagai upaya percepatan pembangunan di daerah pedesaan (Arifin et al., 2020). Namun faktanya BUMDesa tidak terlepas dari berbagai tantangan yang akhirnya dapat menurunkan kapasitasnya sebagai salah satu instrument utama yang mendongkrak roda perekonomian di desa. Beberapa penelitian menyoroti bahwa tantangan yang dihadapi oleh BUMDesa antara lain terkait dengan masih lemahnya sistem pemasaran hingga kesenjangan pemanfaatan teknologi (Arifin et al., 2020; Rahmayanie et al., 2022; Rosari et al., 2022). Semenjak covid-19 terjadi perubahan pola pemasaran. Platform media sosial memberikan potensi strategi pemasaran yang dapat memanfaatkan kekuatan komunitas (Alwie et al., 2022). Untuk menjawab tantangan yang dihadapi BUMDesa, digitalisasi pemasaran menjadi solusi yang tidak dapat diabaikan. Pemanfaatan platform digital dan media sosial memberikan peluang strategis bagi BUMDesa untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, serta memberdayakan komunitas lokal. Dengan mengadopsi pemasaran berbasis digital, BUMDesa tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, tetapi juga dapat bertransformasi menjadi unit usaha yang lebih adaptif dan berdaya saing tinggi dalam mendukung perekonomian desa.

BUMDesa Langgam Sako merupakan salah satu BUMDesa yang berada di Desa Teluk Latak, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Didirikan pada tahun 2015, saat ini memiliki 3 unit usaha yaitu Usaha penyewaan tenda, Usaha batik tenun dan Usaha Simpan pinjam. Kabupaten Bengkalis sendiri merupakan salah satu daerah kepulauan di Kawasan Selat Malaka. Kondisi wilayah tersebut menjadikan peluang sekaligus tantangan bagi BUMDesa ini. sehingga diperlukan langkah nyata dalam membangun BUMDesa yang maju melalui sebuah kegiatan terukur dan solutif. Kegiatan ini merupakan kolaborasi antara dunia pendidikan dan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DuDI) dengan tujuan dapat menjadi solusi bagi BUMDesa dalam mengatasi tantantangnya khususnya pada bidang pemasaran dalam mencapai Sustainable Competitive Advantage. Riset menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam mencapai keunggulan kompetitif (Fatimah & Azlina, 2021). serta merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja usaha (Desmiyawati et al., 2023).

Saat ini, BUMDesa Langgam Sako menghadapi berbagai tantangan dalam hal pemasaran. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan akses pasar. Hambatan infrastruktur dan kurangnya jaringan distribusi menyebabkan kesulitan bagi BUMDesa untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga potensi peningkatan penjualan dan pengembangan bisnis menjadi terbatas. Selain itu, anggota BUMDesa masih minim pengetahuan dan keterampilan terkait strategi pemasaran yang efektif. Pemahaman mengenai cara memasarkan produk dengan efisien dan mencapai target pasar yang tepat masih belum optimal. Selain itu, BUMDesa Langgam Sako hanya mengandalkan pemasaran online melalui media sosial. Meskipun langkah ini sudah memberikan kontribusi, pendekatan yang lebih strategis dan terarah diperlukan agar potensi pemasaran digital dapat dimaksimalkan. Berikut adalah kondisi wilayah Kabupaten Madiun



Gambar 1. Kondisi BUMDesa Langgam Sako

BUMDesa Langgam Sako memiliki unit usaha Batik Tenun yang diharapkan dapat menjadi produk unggulan daerah. Batik Tenun ini memiliki potensi besar untuk memperkenalkan kekayaan budaya lokal dan meningkatkan ekonomi desa. Namun, meskipun memiliki kualitas dan nilai estetika yang baik, pemasaran produk ini masih menjadi tantangan. Keterbatasan akses pasar dan kurangnya strategi pemasaran yang tepat menyebabkan produk Batik Tenun ini belum dikenal luas oleh masyarakat luar. Padahal, jika dikelola dengan baik, Batik Tenun BUMDesa Langgam Sako berpotensi menjadi ikon dan daya tarik ekonomi bagi daerah tersebut. Untuk menjawab tantangan pemasaran yang dihadapi BUMDesa Langgam Sako, kami menginisiasi program pelatihan pemasaran online dan pengadaan website untuk meningkatkan pemahaman anggota BUMDesa terkait strategi pemasaran digital yang efektif, sehingga mereka mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk unggulan. Pemasaran berbasis digital sangat penting karena memungkinkan BUMDesa untuk memperluas pasar (Desiani et al., 2020). Disisi lain, Kompetensi digital merupakan salah satu faktor penentu agar dapat beradaptasi pada era teknologi saat ini (Desmiyawati et al., 2023; Rahmat et al., 2020). Dengan strategi pemasaran yang lebih terarah dan dukungan teknologi digital, diharapkan BUMDesa Langgam Sako dapat lebih mudah memasarkan produk mereka, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya berkontribusi lebih besar pada perekonomian desa. Peningkatan pembangunan daerah salah satunya dapat dicapai melalui digitalisasi, namun seringkali kawasan pedesaan diabaikan karena berbagai faktor (Agusta, 2023). Albab & Munandar, (2020) menyarankan pemberian pelatihan guna meningkatkan kompetensi digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menutup gap dan menjawab permasalahan yang ada di desa dalam mencapai digitalisasi

Kondisi BUMDesa dan wilayah yang penuh tantangan membutuhkan peningkatan pemanfaatan teknologi, penguatan ketahanan sosial dan ekonomi, pengembangan ekonomi dan kewirausahaan di pedesaan yang menjadi fokus dalam kegiatan ini. Secara umum tujuan kegiatan ini adalah untuk mengatasi permasalahan pemasaran BUMDesa, serta mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi, Seperti Mahasiswa mendapatkan pengalaman diluar kampus (IKU-2), Dosen berkegiatan diluar kampus (IKU-3), dan penggunaan hasil karya dosen oleh masyarakat (IKU-5). Kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa dalam program MBKM, terutama dalam pembangunan desa dan penelitian.



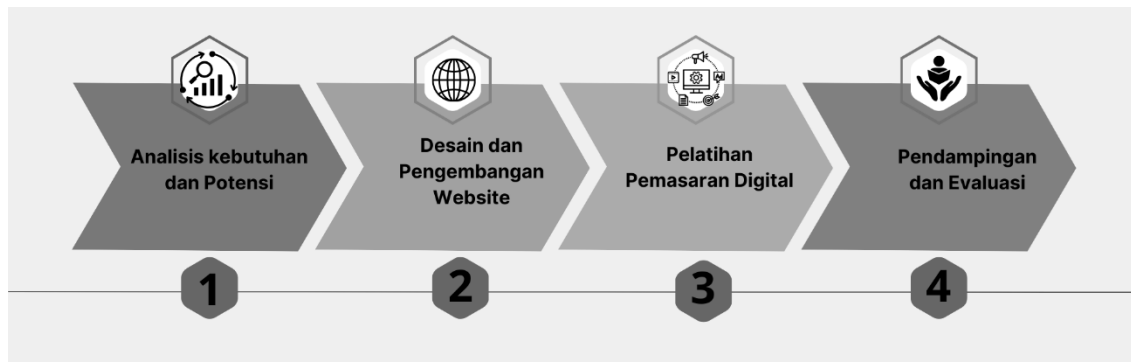
Gambar 2. Contoh Batik Tenun dan Penyerahan Cendramata

Kegiatan pengabdian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan digitalisasi pemasaran sebagai strategi utama dalam mendukung BUMDesa Langgam Sako mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Urgensi program ini terletak pada perlunya adaptasi BUMDesa terhadap perubahan lanskap bisnis yang semakin terdigitalisasi. Dengan mengadopsi strategi pemasaran berbasis digital, BUMDesa tidak hanya mampu memperluas jangkauan pasar tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional. Manfaatnya pun dirasakan secara nyata, mulai dari peningkatan keterampilan anggota dalam mengelola bisnis digital hingga bertambahnya visibilitas produk unggulan daerah di platform online. Inisiatif ini membuktikan bahwa digitalisasi bukan sekadar pilihan, melainkan kebutuhan mendesak dalam upaya mendorong BUMDesa menuju pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE PENERAPAN

Dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital, solusi yang tepat tidak hanya memerlukan inovasi, tetapi juga pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan. Oleh karena itu, metode penerapan yang dirancang dalam kegiatan pengabdian ini mengedepankan pendekatan holistik yang tidak hanya berfokus pada pengadaan teknologi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia di BUMDesa Langgam Sako. Langkah-langkah strategis ini diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang dalam mengoptimalkan potensi produk

unggulan daerah melalui digitalisasi pemasaran. Adapun metode yang digunakan terdiri atas 4 tahapan yang dapat terlihat pada gambar berikut:



Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan yang dirancang untuk secara efektif mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan yang dihadapi BUMDesa Langgam Sako:

1. Analisis Kebutuhan dan Potensi: Tahap awal melibatkan analisis kebutuhan dan potensi BUMDesa Langgam Sako. Metode ini dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pengurus BUMDesa, serta kajian literatur terkait kondisi pasar dan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk unggulan daerah. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk merumuskan solusi yang tepat sasaran.
2. Desain dan Pengembangan Website: Berdasarkan hasil analisis, langkah selanjutnya adalah pengadaan dan pengembangan website pemasaran. Proses ini meliputi perancangan tampilan website yang user-friendly, dan integrasi fitur e-commerce sederhana. Pengembangan website dilakukan dengan mempertimbangkan kemudahan akses dan pengelolaan oleh anggota BUMDesa.
3. Pelatihan Pemasaran Digital: Untuk mengoptimalkan penggunaan platform digital, dilakukan pelatihan terkait pemasaran online. Metode pelatihan meliputi presentasi, praktik langsung, dan simulasi penggunaan media sosial, pembuatan konten, serta strategi pemasaran digital. Anggota BUMDesa diberikan modul dan panduan praktis yang mendukung penerapan pengetahuan secara mandiri.
4. Pendampingan dan Evaluasi: Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara berkala untuk memastikan penerapan strategi pemasaran digital berjalan efektif. Evaluasi dilakukan dengan mengukur peningkatan visibilitas online dan kemampuan anggota BUMDesa dalam mengelola platform digital.

Dengan metode ini, solusi yang diberikan tidak hanya bersifat aplikatif tetapi juga berkelanjutan, karena memberikan keterampilan dan alat yang dapat terus dikembangkan oleh BUMDesa Langgam Sako di masa mendatang

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Hasil dan pencapaian dalam program pengabdian ini menjadi tolok ukur keberhasilan. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berbasis kebutuhan, program memberikan solusi praktis dan memberdayakan BUMDesa untuk berkembang. Bagian ini akan menguraikan berbagai capaian dari kegiatan ini yang semuanya berkontribusi dalam pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan Sustainable Competitive Advantage.

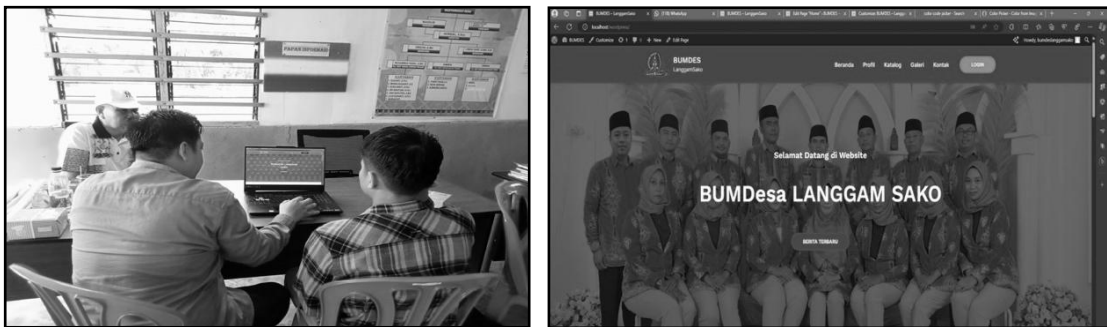
Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada tanggal 6 dan 7 Agustus 2024 di BUMDesa Langgam Sako menunjukkan hasil yang sesuai dengan metode yang telah dirancang. Berikut adalah capaian yang dihasilkan berdasarkan tahapan yang telah diterapkan:

1. Analisis Kebutuhan dan Potensi: Hasil dari tahap analisis kebutuhan dan potensi menunjukkan bahwa BUMDesa Langgam Sako memiliki sumber daya lokal yang cukup untuk mendukung pengembangan produk unggulan, terutama Batik Tenun. Namun, terdapat kendala signifikan terkait akses pasar dan kurangnya pemahaman dalam strategi pemasaran digital. Temuan ini menjadi dasar dalam merumuskan program pelatihan dan pengembangan website yang dirancang sesuai kebutuhan spesifik BUMDesa.



Gambar 4. Analisis kebutuhan dan potensi melalui Focus Group Discussion

2. Desain dan Pengembangan Website: Proses pengadaan dan pengembangan website berjalan lancar dengan desain yang user-friendly dan fitur e-commerce sederhana yang mudah diakses dan dikelola oleh anggota BUMDesa. Website ini dilengkapi dengan galeri produk, informasi kontak, serta fitur pemesanan yang terintegrasi. Partisipasi masyarakat dalam penerapan teknologi dan inovasi menjadi elemen kunci dalam proses ini. Implementasi teknologi dilakukan secara partisipatif, masyarakat terutama pengurus BUMDesa, dilibatkan dalam setiap tahap pengembangan, mulai dari perencanaan hingga eksekusi. Pendekatan partisipatif ini memastikan bahwa teknologi yang diterapkan benar-benar dimiliki oleh masyarakat, dan mereka memiliki pemahaman tentang cara penggunaannya



Gambar 5. Proses pengembangan website dan tampilan beranda Website

3. Pelatihan Pemasaran Digital: Pelatihan ini dirancang untuk memperkuat kemampuan pemasaran digital peserta melalui pemahaman yang mendalam tentang media sosial dan strategi pemasaran online. Sesi pertama, Penggunaan Media Sosial, memperkenalkan peserta pada berbagai platform media sosial yang relevan dan efektif untuk mempromosikan usaha mereka. Mereka diajarkan cara membuat konten yang menarik dan kreatif, yang mampu menarik perhatian dan meningkatkan interaksi (*engagement*) dengan audiens. Selain itu, peserta juga mempelajari analitik media sosial, sebuah alat penting mengukur dan mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran yang telah mereka jalankan, sehingga mereka bisa terus meningkatkan strategi mereka berdasarkan data yang akurat. Berikutnya, dalam sesi Strategi Pemasaran Online, fokus diberikan pada penerapan teknik-teknik pemasaran digital yang tepat. Peserta belajar bagaimana memanfaatkan media sosial secara maksimal, dari merancang strategi yang efektif hingga menghasilkan ide-ide konten yang menarik. Selain itu, mereka diperkenalkan dengan dasar-dasar *e-commerce*, yang memungkinkan mereka untuk menjual produk secara online dengan lebih efisien. Melalui materi ini, peserta tidak hanya diajarkan untuk memahami teori pemasaran digital, tetapi juga diberikan wawasan praktis untuk menerapkannya secara langsung dalam bisnis mereka, sehingga mampu bersaing di era digital.



Gambar 6. Gambaran umum pelaksanaan pelatihan

Pelatihan yang diikuti oleh 30 peserta dari berbagai unit BUMDesa berlangsung dengan antusiasme tinggi. Peserta memperoleh pengetahuan praktis mengenai penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, dan strategi pemasaran online. Materi yang disampaikan dalam bentuk presentasi, praktik langsung, dan simulasi berhasil diterima dengan baik oleh peserta. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam mengelola platform digital dan memaksimalkan pemasaran produk mereka secara mandiri.

4. Pendampingan dan Evaluasi: Setelah pelatihan, pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan penerapan strategi pemasaran digital berjalan efektif. Evaluasi menunjukkan peningkatan keterampilan anggota BUMDesa dalam mengelola konten digital dan berinteraksi dengan pasar secara lebih proaktif.

Pada program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di BUMDesa Langgam Sako, ketercapaian sasaran dapat diukur melalui peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan manajerial serta pemasaran digital di kalangan peserta. Setelah mengikuti pelatihan yang dirancang secara komprehensif, termasuk strategi perencanaan bisnis, operasional, dan pemasaran online, para peserta menunjukkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep-konsep tersebut. Evaluasi melalui pretest dan posttest mengindikasikan adanya peningkatan yang konsisten dalam pengetahuan mereka, dengan skor *posttest* yang jauh lebih tinggi dibandingkan pretest. Penerapan langsung dari strategi pemasaran digital yang diajarkan juga terlihat jelas, dengan beberapa peserta mulai menerapkan teknik baru dalam promosi produk unggulan mereka.

Dampak dari pelatihan ini terhadap kinerja BUMDesa Langgam Sako juga menunjukkan hasil yang positif. Adanya implementasi strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk penggunaan media sosial yang lebih optimal, telah meningkatkan visibilitas produk dan memfasilitasi akses pasar yang lebih luas. Umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola dan memasarkan produk mereka. Dari Dokumentasi dan laporan yang terperinci mengenai pencapaian sasaran program ini menunjukkan bahwa pelatihan telah memenuhi tujuannya dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pengembangan dan keberlanjutan BUMDesa Langgam Sako

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan di BUMDesa Langgam Sako, menunjukkan bahwa sasaran utama program tersebut telah berhasil tercapai. Peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital peserta menjadi indikator keberhasilan program. Evaluasi pretest dan posttest menunjukkan kemajuan yang jelas, dan implementasi strategi pemasaran yang baru diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan akses pasar produk unggulan BUMDesa. Secara khusus, program ini terbukti sangat efektif dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk, peserta mampu memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk menarik lebih banyak konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Umpan balik positif dari peserta menegaskan bahwa kegiatan ini memberikan manfaat nyata dalam praktik bisnis mereka. Secara keseluruhan, program ini berhasil dalam memperkuat kapabilitas BUMDesa Langgam Sako dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan usaha mereka. Kegiatan ini memberikan dasar dalam rangka pengembangan berkelanjutan dan peningkatan kompetensi bisnis di masa depan.

Secara umum, tujuan program ini dapat dikatakan tercapai. Namun, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, seperti keterbatasan sumber daya dan variabilitas keterampilan awal peserta. Evaluasi terbatas pada jangka waktu tertentu juga tidak mencakup dampak jangka panjang yang lebih luas terhadap perkembangan BUMDesa. Untuk mengatasi keterbatasan ini, disarankan agar program dilengkapi dengan sumber daya tambahan, seperti waktu pelatihan yang lebih lama. Penyesuaian materi pelatihan agar sesuai dengan tingkat pengetahuan awal peserta dan konsultasi pasca-pelatihan juga akan membantu dalam penerapan praktis. Selain itu, implementasi sistem monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan diperlukan untuk menilai dampak jangka panjang dan menjaga keberhasilan program

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur Alhamdulillah, kami panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat-Nya sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Terima kasih sebesar-besarnya kami sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan kegiatan ini. Kami mengucapkan apresiasi khusus kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas dukungan dana melalui hibah tahun 2024 dengan nomor kontrak induk 104/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 dan nomor kontrak turunan 20779/UN19.5.1.3/AL.04/2024. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Riau (LPPM UNRI) atas bimbingan dan dukungannya. Kami sangat menghargai kerja sama dari mitra kegiatan, BUMDesa Langgam Sako, yang aktif dalam setiap tahap pelatihan dan workshop. Selain itu, kami berterima kasih kepada Pemerintah Kabupaten Bengkalis atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan. Dukungan ini sangat berarti bagi kelancaran dan kesuksesan kegiatan ini. Kami berharap kerja sama ini dapat berlanjut dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Y. (2023). Managing the Development of a Sustainable Digital Village. *Sustainability*, 15(9), 7575. <https://doi.org/10.3390/su15097575>
- Albab, B., & Munandar, A. I. (2020). The role of youth in managing village-owned enterprises (BUMDES) through digital marketing. In *Managing Learning Organization in Industry 4.0* (pp. 279–282). Routledge.
- Alwie, A. F., Afwa, A., Anggraini, N., & Putri, L. T. (2022). Entrepreneurial Marketing Perspective: Msmes Recovery During The Covid-19 Pandemic. *Journal of Positive School Psychology*, 6(9), 3583–3592.
- Arifin, B., Wicaksono, E., Tenrini, R. H., Wardhana, I. W., Setiawan, H., Damayanty, S. A., Solikin, A., Suhendra, M., Saputra, A. H., Ariutama, G. A., Djuned, P., Rahman, A. B., & Handoko, R. (2020). Village fund, village-owned-enterprises, and employment: Evidence from Indonesia. *Journal of Rural Studies*, 79, 382–394. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.052>
- Desiani, A., Yahdin, S., Irmeilyana, I., & Rodiah, D. (2020). Inovasi digitalisasi promosi potensi dan produk usaha masyarakat desa berbasis website di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan. *Riau Journal of Empowerment*, 3(1), 49–59. <https://doi.org/10.31258/raje.3.1.49-59>
- Desmiyawati, D., Susilatri, S., Ramaiyanti, S., & Azlina, N. (2023). Improving The Performance Of MSMEs Through Innovation, Financial Literacy, and Digitalization. *JRAK*, 15(2), 151–161. <https://doi.org/10.23969/jrak.v15i2.7203>
- Fatimah, S., & Azlina, N. (2021). Pengaruh teknologi informasi dan inovasi terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (UKM)(Studi pada UKM berbasis online di Kota Dumai). *Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 15(1), 444–459.
- Iskandar, A. H. (2020). SDGs desa: percepatan pencapaian tujuan pembangunan nasional berkelanjutan. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Rahmat, R., Zulkarnain, & Furwanti Alwie, A. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Uppks (Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera) Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica*, 8(1), 80–104. <https://doi.org/10.46750/economica.v8i1.29>
- Rahmayanie, A. M., Afiffah, A. V., Anggraini, I. D., Hermawan, H. D., Mukhlisin, L., & Kurniawan, D. (2022). Efektivitas Digital Marketing Sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Marketing di Konveksi BUMDes. *Buletin KKN Pendidikan*, 4(2), 123–132. <https://doi.org/10.23917/bkkndik.v4i2.19186>
- Rosari, R., Cakranegara, P. A., Pratiwi, R., Kamal, I., & Sari, C. I. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Keuangan BUMDES di Era Digitalisasi. *Owner*, 6(3), 2921–2930. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.870>
- Zeuli, K. A., & Radel, J. (2005). Cooperatives as a community development strategy: Linking theory and practice. *Journal of Regional Analysis and Policy*, 35(1100-2016–89741).