

Implementasi Aplikasi Bumdesmart dalam Meningkatkan Akses Pasar Produk Lokal di Desa Sebauk

Wahyat¹, Ryci Rahmatil Fiska², Novi Yanti³, Bayu Dani⁴, Muhammad Asyraf Pratama⁵

¹Diploma III Teknik Informatika, Politeknik Negeri Bengkalis, wahyat@polbeng.ac.id

²Rekayasa Perangkat Lunak, Politeknik Negeri Bengkalis, rycirahmatilfiska@polbeng.ac.id

³Rekayasa Perangkat Lunak, Politeknik Negeri Bengkalis, noviiyanntii@gmail.com

⁴Rekayasa Perangkat Lunak, Politeknik Negeri Bengkalis, bayu22122017@gmail.com

⁵Rekayasa Perangkat Lunak, Politeknik Negeri Bengkalis, masyrafpratama19@gmail.com

Abstrak

Desa Sebauk, dengan produk unggulan tenun dan pisang salai, serta BUMDes yang memiliki empat unit usaha, masih mengandalkan pemasaran konvensional melalui informasi mulut ke mulut dan media sosial dasar. Hal ini menyebabkan jangkauan promosi dan penjualan yang sangat terbatas, serta ketidakefisienan dalam manajemen pemasaran. Akar permasalahannya adalah belum adanya sebuah platform digital terpusat yang dapat mempromosikan dan menjual berbagai produk tersebut kepada pasar yang lebih luas. Pengabdian Masyarakat ini mengusulkan pengembangan dan implementasi sebuah website e-commerce Bumdesmart khusus sebagai solusi utama. Website ini dirancang untuk menjadi promosi digital terpadu yang menampilkan katalog produk lengkap dari BUMDes Sebauk Gemilang dan kelompok masyarakat, dilengkapi dengan fitur pemesanan, profil desa, serta konten yang mempromosikan produk unggulan lokal. Tujuannya adalah untuk menciptakan saluran pemasaran yang profesional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan angka penjualan. Keberadaan website bumdesmart diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk secara signifikan, menjangkau pelanggan wilayah secara luas, dan pada akhirnya mendongkrak pendapatan ekonomi desa. Website ini tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga menjadi media untuk melestarikan dan mempopulerkan warisan budaya tenun Desa Sebauk kepada masyarakat yang lebih global.

Kata Kunci: *Desa Sebauk, Website, Bumdesmart*

Abstract

Sebauk Village, with its leading products of woven fabrics and dried bananas, as well as a village-owned enterprise (BUMDes) that has four business units, still relies on conventional marketing through word of mouth and basic social media. This results in very limited promotion and sales reach, as well as inefficiency in marketing management. The root of the problem is the absence of a centralized digital platform that can promote and sell these various products to a wider market. This Community Service project proposes the development and implementation of a dedicated Bumdesmart e-commerce website as the primary solution. This website is designed to be an integrated digital promotion that displays a complete product catalog from BUMDes Sebauk Gemilang and community groups, equipped with ordering features, village profiles, and content that promotes local superior products. The goal is to create a professional marketing channel, expand market reach, and increase sales figures. The existence of the Bumdesmart website is expected to significantly increase product visibility, reach a wide range of regional customers, and ultimately boost the village's economic income. This website is not only a transaction tool but also a medium for preserving and popularizing the cultural heritage of Sebauk Village weaving to a more global community.

Keywords: *Sebauk Village, Website, Bumdesmart*

1. Pendahuluan

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan lembaga ekonomi desa yang dibentuk dan dimiliki oleh pemerintah desa untuk mengelola potensi ekonomi lokal secara mandiri dan berkelanjutan. Desa Sebauk memiliki BUMDes bernama BUMDes Sebauk Gemilang yang menaungi empat unit usaha, yaitu: Unit Simpan Pinjam (USP), Unit Produksi dan Penjualan Tenun Tjarah, Unit Penyewaan Sound System, serta Unit Penjualan Santan Murni. Desa Sebauk dikenal sebagai salah satu desa dengan produk unggulan khas daerah, terutama melalui rumah tenun tradisional yang menghasilkan berbagai produk bernilai budaya tinggi seperti tanjak dan songket. Selain itu, terdapat pula kelompok masyarakat yang mengembangkan produk olahan pangan lokal, salah satunya pisang salai khas Desa Sebauk.

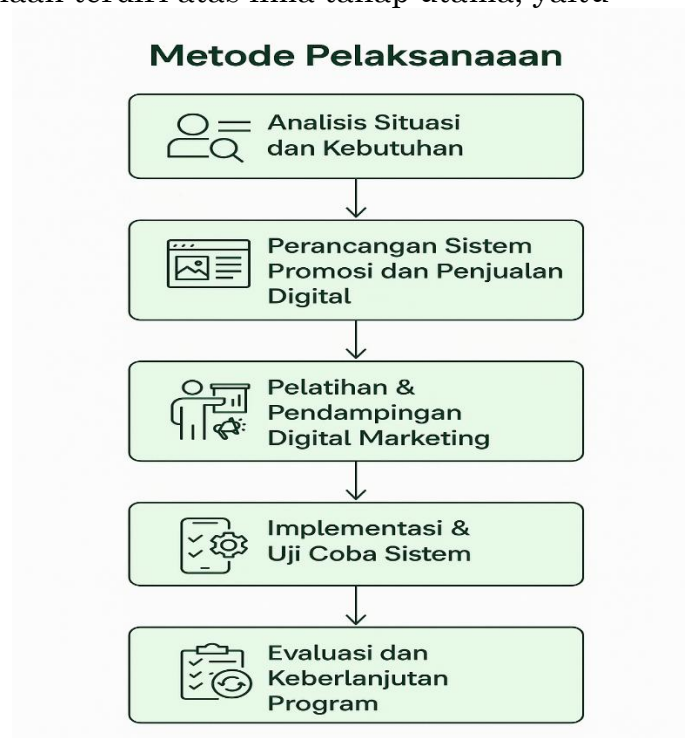
Namun demikian, pemasaran dan penjualan produk-produk unggulan BUMDes Sebauk Gemilang maupun kelompok masyarakat masih dilakukan secara konvensional, yaitu melalui informasi dari mulut ke mulut serta promosi sederhana melalui media sosial pribadi. Padahal, pembangunan ekonomi masyarakat desa bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat agar lebih mandiri dan berkualitas (Hutagaol, 2024). Keterbatasan utama yang dihadapi saat ini adalah belum tersedianya platform digital terintegrasi yang secara khusus digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk-produk BUMDes Sebauk Gemilang serta hasil produksi kelompok masyarakat. Akibatnya, produk lokal unggulan tersebut belum dikenal secara luas, khususnya di wilayah Provinsi Riau dan sekitarnya (Esabella et al., 2022). Dengan demikian, diperlukan pengembangan media promosi dan penjualan berbasis digital untuk memperluas jangkauan pasar serta mendukung transformasi ekonomi digital di tingkat desa.

Desa sebagai unit pemerintahan terkecil memiliki potensi lokal yang sangat strategis dalam pengembangan ekonomi berbasis kearifan lokal. Salah satu wadah pengelolaan potensi tersebut adalah dengan keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang diharapkan menjadi instrumen pemberdayaan masyarakat sekaligus penggerak ekonomi desa. Namun dalam praktiknya, banyak BUMDes masih menghadapi keterbatasan dalam pemasaran dan distribusi produk, terutama ketika menggunakan metode konvensional. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pemasaran menjadi keharusan agar produk desa dapat bersaing di pasar regional maupun nasional. Misalnya, Mekar Sejahtera BUMDes menerapkan strategi digital marketing yang menggabungkan infrastruktur teknologi, kapasitas sumber daya manusia, pengelolaan konten, dan strategi promosi yang tepat, sehingga mampu memperluas visibilitas dan meningkatkan penjualan produk desa (Lesmana, 2024). Demikian pula, pendampingan pemasaran digital di BUMDes Artha Jaya menyebutkan bahwa intervensi pelatihan dan pendampingan digital marketing meningkatkan cakupan pasar dan daya saing produk lokal di tengah tantangan pandemi COVID-19 (feby septiansaah yudiarno, imatur rofi'a, risma dwi cahyani, 2021)

Di era transformasi digital, pengembangan platform pemasaran berbasis daring (digital marketing / e-commerce) menjadi salah satu solusi strategis untuk menjembatani keterbatasan akses pasar produk lokal desa. Optimalisasi strategi e-commerce untuk BUMDes, seperti yang dilakukan di BUMDes Madu Sejahtera Desa Segoromadu, menunjukkan bahwa dengan memperkenalkan website dan media sosial sebagai kanal penjualan, target pasar dapat diperluas hingga luar desa sehingga omset produk meningkat signifikan (Lesmana, 2024). Penelitian lain tentang edukasi digital marketing di BUMDes juga menegaskan bahwa peningkatan literasi digital anggota BUMDes berdampak positif terhadap efektivitas promosi dan distribusi produk desa (Abdimas et al., 2025). Sementara itu, kajian mengenai inovasi produk dan pemasaran digital berbasis lokal di Desa Caringin Kulon menunjukkan bahwa sinergi antara inovasi produk dan pemanfaatan media digital mampu memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan (Nispiyani et al., 2025). Dengan demikian, bagi BUMDes di Kabupaten Riau seperti BUMDes Sebauk Gemilang, adopsi strategi digital marketing dan e-commerce adalah langkah penting agar produk unggulan seperti tenun, makanan olahan, dan jasa lokal tidak hanya dikenal di tingkat desa, tetapi juga mampu menjangkau pasar provinsi dan nasional (Putri et al., 2022).

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas BUMDes Sebauk Gemilang dan kelompok masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk lokal unggulan. Adapun metode pelaksanaan terdiri atas lima tahap utama, yaitu:



Gambar 1. Flowchart Metode Pelaksanaan

1. Analisis Situasi dan Kebutuhan

Identifikasi kondisi eksisting, potensi usaha, dan hambatan pemasaran produk BUMDes.

2. Perancangan Sistem Digital

Pembuatan *website e-commerce* Bumdesmart Sebauk Gemilang untuk promosi dan penjualan produk.

3. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Penguatan kapasitas pengurus BUMDes dan kelompok masyarakat dalam penggunaan Bumdesmart Sebauk.

4. Implementasi dan Uji Coba Sistem

Peluncuran awal platform, pengujian transaksi online, dan analisis pengalaman pengguna.

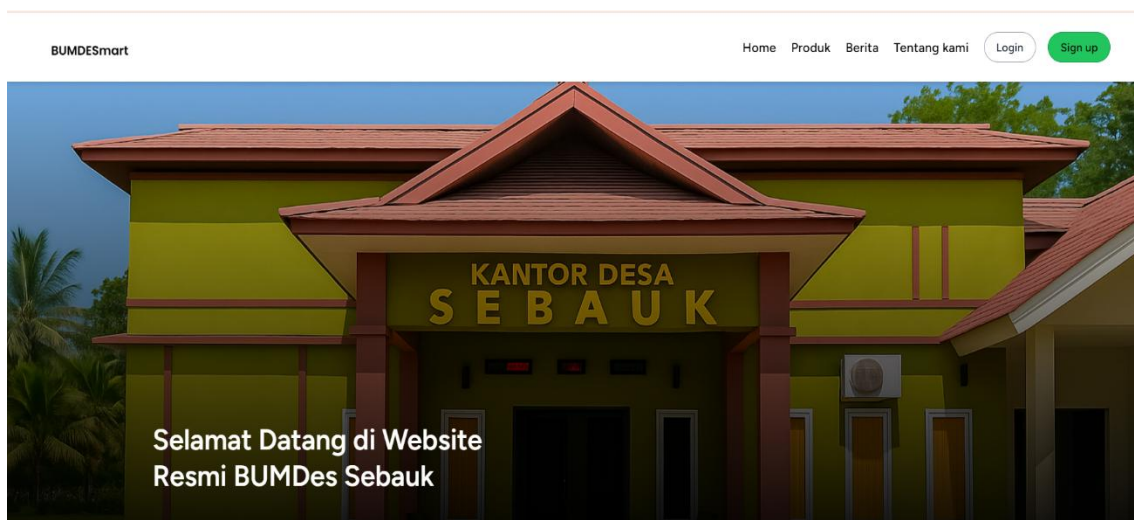
5. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Penilaian efektivitas program Bumdesmart dan perencanaan integrasi ke sistem pembayaran dan marketplace.

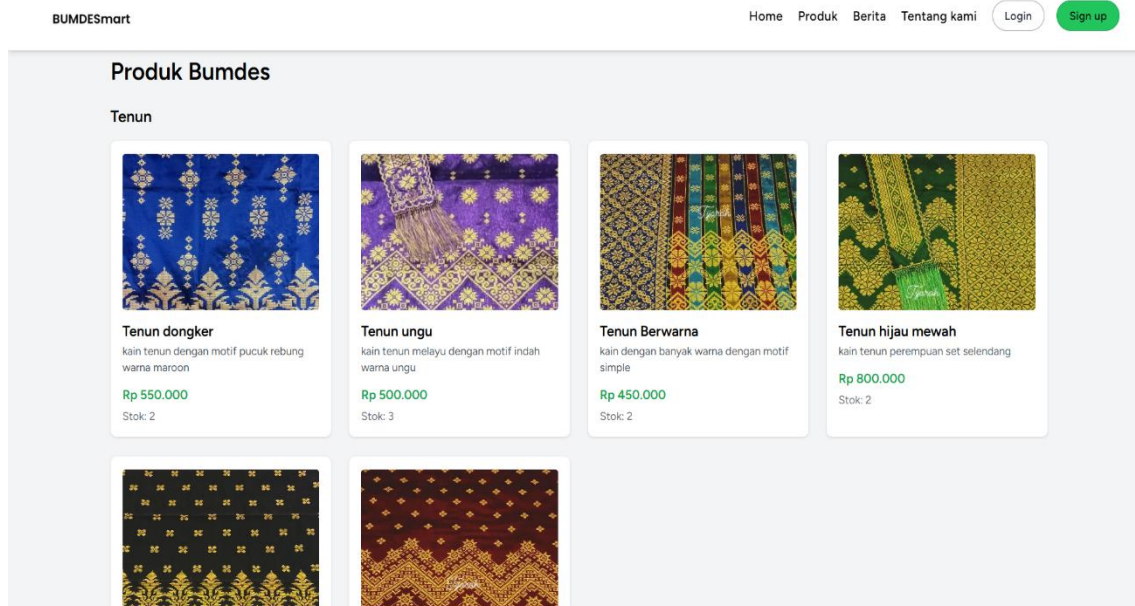
3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada BUMDes Sebauk Gemilang telah dilaksanakan melalui lima tahapan utama sesuai dengan metode pelaksanaan yang telah direncanakan, yaitu analisis kebutuhan, perancangan sistem, pelatihan, implementasi, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas digital pengurus BUMDes serta terbentuknya sistem promosi dan penjualan berbasis digital yang dapat diakses oleh masyarakat luas.

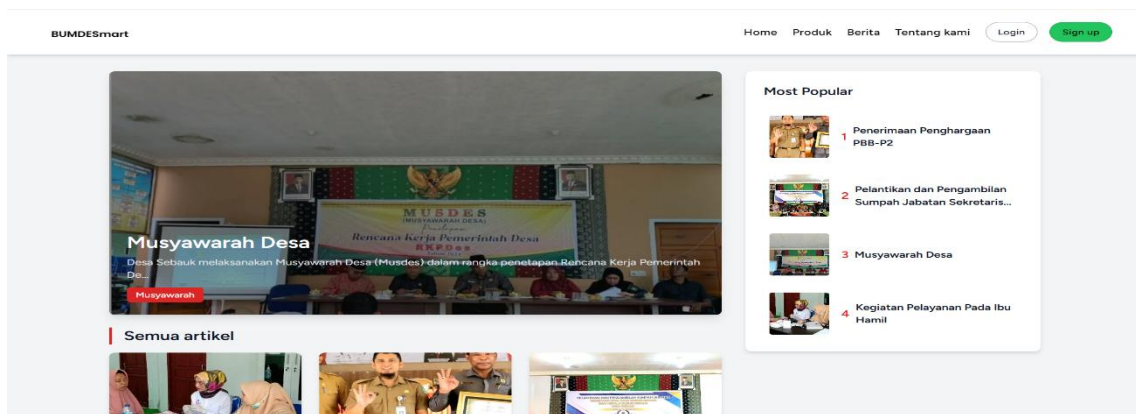
Hasil perancangan menghasilkan platform digital berupa website Bumdesmart dengan Alamat : <https://bumdesmart.sebauk.com/> yang menampilkan katalog produk, profil usaha, informasi harga, serta fitur pemesanan daring melalui media sosial WhatsApp. Desain website mengusung konsep user friendly dengan dominasi warna hijau dan elemen lokal khas Desa Sebauk. Selain itu, dilakukan pula integrasi dengan media sosial resmi BUMDes (Facebook, Instagram, dan TikTok) untuk memperluas jangkauan promosi.



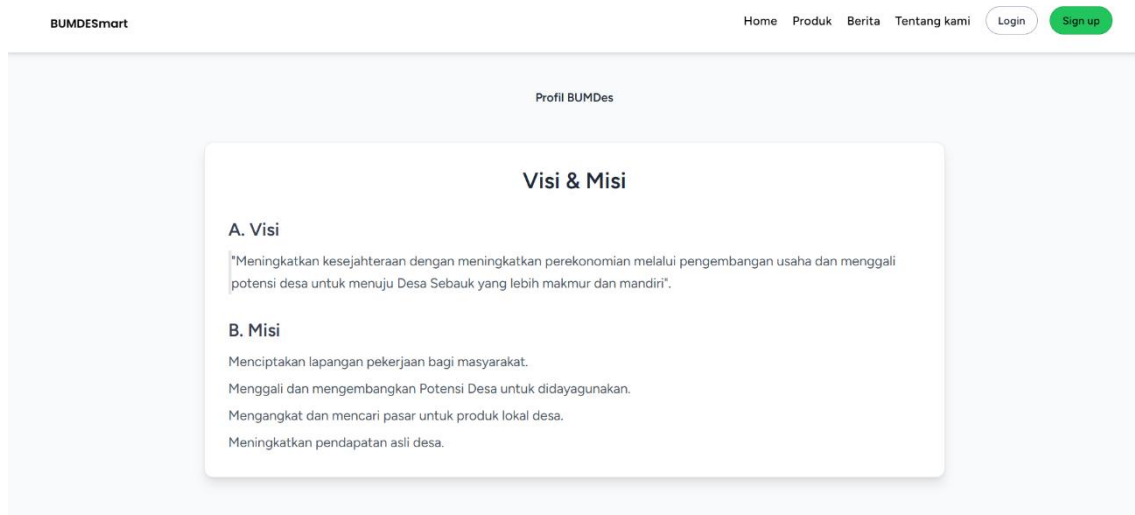
Gambar 2. Home Tampilan Awal Bumdesmart Sebauk



Gambar 3. Tampilan Produk Bumdesmart Sebauk



Gambar 4. Tampilan Berita Kegiatan Desa dan Bumdes



Gambar 5. Tampilan Profil Bumdes Sebauk Gemilang



Gambar 6. Foto Bersama Launching Bumdesmart Sebauk

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pengembangan sistem promosi dan penjualan digital di BUMDes Sebauk Gemilang berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas digital, efektivitas promosi, serta perluasan jangkauan pasar produk lokal unggulan Desa Sebauk. Melalui tahapan analisis kebutuhan, perancangan sistem, pelatihan, implementasi, dan evaluasi, program ini menghasilkan platform digital terpadu berbasis website dan media sosial yang dapat dimanfaatkan secara mandiri oleh pengurus BUMDes dan kelompok Masyarakat Desa Sebauk.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Bengkalis dan Terima kasih kepada Pemerintah Desa Sebauk sebagai Mitra Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat khususnya Bumdes Sebauk Gemilang sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Pustaka

- Abdimas, J., Jat, T., Zainuddin, A., Magfiroh, I. S., Setyawati, I. K., & Yunita, R. (2025). *Edukasi Pemasaran Digital pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember*. 4(177), 52–60.
- Esabella, S., Hidayatullah, M., & Andriani, T. (2022). Penerapan Aplikasi Bumdes Mart Uma Beringin. *J-POM: Jurnal Pengabdian ...*, 1(1), 26–30. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/jpom/article/view/1538%0Ahttps://jurnal.uts.ac.id/index.php/jpom/article/download/1538/894>
- feby septiansaah yudiarno, imamatur rofi'a, risma dwi cahyani, nur hayati. (2021). *Optimalisasi Strategi Pemasaran BUMDes melalui E-Commerce di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BUMDes Madu Sejahtera Desa Segoromadu)*. 1(1), 1–12.

- Hutagaol, Y. M. (2024). *Strategi Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Bukit Sari Kecamatan Padang Tualang Kabupaten Langkat*. 4, 6855–6872.
- Lesmana, R. K. (2024). *IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA BUMDES MEKAR SEJAHTERA DENGAN CRITICAL SUCCESS FAKTOR DAN*. 11(2), 79–86. <https://doi.org/10.30656/jsii.v11i2.9167>
- Nispiyani, Gemina, D., & Afdalilah, A. H. (2025). *Inovasi Produk dan Penerapan Digital Marketing berbasis Kearifan Lokal untuk Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa Caringin Kulon , Kecamatan*. 5(1), 155–162.
- Putri, L. A., Wulan, M. N., Fihartini, Y., Asri, D., & Ambarwati, S. (2022). *Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital Pada BUMDes Artha Jaya , Desa Yogyakarta Selatan (The Assistance of Digital Marketing Development at Artha Jaya Village-Owned Enterprise (BUMDes), Yogyakarta Selatan Village)*. 2(1), 55–66.