



## Inovasi Manajemen Pemasaran untuk Peningkatan Kapasitas Berwirausaha pengurus BUMDes di Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa Sul-Sel

Mariani Alimuddin<sup>1\*</sup>, Muhammat Angga Wiyanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Megarezky, Indonesia, email: [hozhuve06@gmail.com](mailto:hozhuve06@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Megarezky, Indonesia, email: [anggawiyanto9@gmail.com](mailto:anggawiyanto9@gmail.com)

### Info Artikel

Diajukan: 13 Mei 2024

Diterima: 23 Mei 2024

Diterbitkan: 05 Juni 2024

#### Keyword:

BUMDes, marketing, management, innovation

#### Kata Kunci:

BUMDes, Pemasaran, Manajemen, inovasi

### Abstract

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) have significant potential as economic drivers at the village level. However, to optimize this potential, innovation in marketing management is required. This activity discusses the implementation of marketing management innovations to enhance the entrepreneurial capacity of BUMDes administrators in Bajeng District, Gowa Regency, South Sulawesi. The method used is a community service program involving ten BUMDes in the region. The results show a significant improvement in the knowledge, skills, and income of BUMDes, as well as an increase in the economic independence of the village community.

### Abstrak

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi di tingkat desa. Namun, untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan inovasi dalam manajemen pemasaran. Kegiatan ini membahas tentang implementasi inovasi manajemen pemasaran untuk meningkatkan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes di Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah program pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan sepuluh BUMDes di wilayah tersebut. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan BUMDes serta peningkatan kemandirian ekonomi Masyarakat desa.

## PENDAHULUAN

Kecamatan Bajeng, yang terletak di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, adalah salah satu daerah yang memiliki potensi besar untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di tengah perubahan globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, pelaku usaha di kecamatan ini, khususnya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), dihadapkan pada tantangan baru dalam mengelola dan memasarkan produk mereka.

BUMDes memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian di tingkat desa dengan memberdayakan masyarakat setempat dan memanfaatkan sumber daya lokal. Namun, seringkali BUMDes menghadapi kendala dalam hal manajemen pemasaran yang efektif dan efisien. Permasalahan seperti kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang tepat, minimnya akses pasar, serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi informasi seringkali menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan potensi pemasaran produk-produk unggulan yang dihasilkan oleh BUMDes.

Oleh karena itu, perlunya adanya inovasi dalam manajemen pemasaran menjadi sangat penting untuk meningkatkan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes di Kecamatan Bajeng. Dengan adanya pendekatan inovatif dalam manajemen pemasaran, diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif dalam mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh BUMDes dalam memasarkan produk-produk lokal mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga bertujuan untuk memberdayakan secara langsung para pengurus BUMDes melalui penyediaan pelatihan, pendampingan, dan transfer pengetahuan tentang strategi pemasaran yang inovatif. Dengan demikian, para pengurus BUMDes akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif, meningkatkan visibilitas produk-produk mereka di pasar lokal maupun regional, serta memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial.

Perlu dicatat bahwa peningkatan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi semata, tetapi juga dapat memberikan dampak positif dalam hal pembangunan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan meningkatnya pendapatan dari usaha yang didukung oleh BUMDes, diharapkan akan terjadi peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat desa, serta terciptanya lapangan kerja baru yang dapat mengurangi angka pengangguran dan emigrasi dari desa ke perkotaan.

Selain itu, keberhasilan implementasi inovasi manajemen pemasaran ini juga dapat menjadi contoh dan motivasi bagi BUMDes di daerah lain untuk mengadopsi praktik yang sama dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal mereka. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat secara langsung bagi BUMDes di Kecamatan Bajeng, tetapi juga dapat berpotensi sebagai model pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan di tingkat

nasional.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, terlibat sepuluh BUMBDes dari Desa yang tersebar di seluruh wilayah Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Berikut adalah daftar Desa yang terlibat dalam kegiatan tersebut: Desa Pannyangkalang, Desa Tangke Bajeng, Desa Pabbentengang, Desa Maccini Baji, Desa Paraikatte, Desa Maradekaya, Desa

Panciro, Desa Bonto Sunggu, Desa Lempangang dan Desa Bone.

Partisipasi kesepuluh desa dalam kegiatan inovasi manajemen pemasaran untuk peningkatan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes di Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, memberikan berbagai manfaat yang signifikan bagi kemajuan BUMDes dan pengembangan ekonomi lokal.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh oleh kesepuluh desa tersebut antara lain: Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Melalui pelatihan dan pendampingan dalam inovasi manajemen pemasaran, pengurus BUMDes di kesepuluh desa akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengelola dan memasarkan produk-produk lokal mereka dengan lebih efektif dan efisien. Perluasan Jangkauan Pasar: Dengan adanya strategi pemasaran yang inovatif, BUMDes di kesepuluh desa dapat memperluas jangkauan pasar untuk produk-produk unggulan mereka, baik secara lokal maupun regional. Hal ini dapat meningkatkan daya saing produk lokal dan meningkatkan potensi penjualan. Peningkatan Pendapatan: Dengan pemasaran yang lebih efektif, diharapkan akan terjadi peningkatan pendapatan bagi BUMDes di kesepuluh desa tersebut. Pendapatan yang meningkat ini dapat digunakan untuk pengembangan lebih lanjut usaha mikro dan kecil di desa, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Penggunaan Teknologi Informasi: Melalui inovasi manajemen pemasaran, kesepuluh BUMDes dapat memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk-produk mereka. Hal ini akan membantu dalam mencapai pasar yang lebih luas dan memperkuat branding produk lokal.

Meningkatkan Kemandirian Ekonomi: Dengan meningkatnya kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes, kesepuluh desa dapat menjadi lebih mandiri secara ekonomi dengan mengurangi ketergantungan pada sumber daya dari luar daerah. Hal ini akan memperkuat ketahanan ekonomi lokal dan mengurangi risiko terhadap perubahan eksternal.

Memperkuat Kemitraan Antar-Desa: Kolaborasi antara kesepuluh BUMDes dalam mengembangkan inovasi manajemen pemasaran juga dapat memperkuat kemitraan antar-desa. Pertukaran pengalaman dan kerjasama antar-BUMDes dapat menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pertumbuhan ekonomi dan pengembangan usaha lokal di seluruh kecamatan.

Dengan demikian, partisipasi kesepuluh desa dalam kegiatan inovasi manajemen pemasaran untuk peningkatan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes di Kecamatan Bajeng akan memberikan dampak positif yang signifikan bagi pembangunan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut.

Tujuan dari Pengabdian Masyarakat dengan tema Inovasi Manajemen Pemasaran untuk Peningkatan Kapasitas Berwirausaha Pengurus BUMDes di Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan adalah meningkatkan Kapasitas Berwirausaha dengan menerapkan inovasi dalam manajemen pemasaran, diharapkan para pengurus BUMDes dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola usaha dengan lebih efektif dan berdaya saing. Meningkatkan Pemasaran Produk Lokal dengan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan produk-produk unggulan dari desa-desa tersebut dapat dikenal lebih luas di pasar lokal maupun regional. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal BUMDes yang mampu mengoptimalkan potensi ekonomi lokal dapat menjadi pendorong utama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat ketahanan ekonomi wilayah tersebut. Memperkuat Peran BUMDes dengan memberdayakan pengurus BUMDes melalui inovasi manajemen pemasaran, diharapkan BUMDes dapat menjadi lebih efektif dalam mengelola sumber daya lokal dan mengembangkan usaha mikro dan kecil yang berkelanjutan. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, melalui peningkatan pendapatan dan peluang usaha baru yang diciptakan oleh BUMDes, diharapkan akan terjadi peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat setempat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Sosialisasi

Program pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan dengan memberikan sosialisasi kepada Pengurus kecamatan Bajeng, Kepala Desa dan pengurus BUMDes yang terdiri dari 10 desa yang berada dinaungan Kecamatan Bajeng, yaitu: Desa Pannyangkalang, Desa Tangke Bajeng, Desa Pabbentengang, Desa Maccini Baji, Desa Paraikatte, Desa Maradekaya, Desa Panciro, Desa Bonto Sunggu, Desa Lempangang dan Desa Bone. Dalam kegiatan ini, materi tentang Inovasi Manajemen Pemasaran untuk Peningkatan Kapasitas Berwirausaha pengurus BUMdes di Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa Sul-Sel. Disampaikan menggunakan presentasi PowerPoint.

2. Diskusi,

Setelah presentasi materi, kegiatan berlanjut dengan sesi diskusi interaktif. Diskusi ini berformat tanya jawab antara pembicara dan peserta, yang terdiri dari sekitar 60 peserta dari perangkat desa dan pengurus BUMDes, serta mahasiswa dan dosen kewirausahaan dari Universitas Megarezky. Diskusi ini bertujuan ujuan dari memberikan sosialisasi kepada perangkat desa dan pengurus BUMDes tentang Inovasi Manajemen Pemasaran untuk Meningkatkan Kapasitas Berwirausaha di Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, adalah untuk memberdayakan para pemimpin lokal dengan membekali mereka dengan strategi pemasaran yang inovatif. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam



mengelola dan mengembangkan usaha secara efektif, sehingga berkontribusi pada pengembangan ekonomi wilayah secara keseluruhan. Dengan mengadopsi teknik pemasaran yang inovatif, para pengurus BUMDes dapat lebih baik dalam mengidentifikasi peluang pasar, mengoptimalkan operasional, dan pada akhirnya meningkatkan keberlanjutan dan profitabilitas usaha mereka. Gambaran singkat acara PkM yaitu:

1. Pemateri dan Peserta berkumpul di Aula Kantor Kecamatan Bajeng
2. Pembukaan Acara oleh MC dosen Kewirausahaan Universitas Megarezky ibu Paramita Poddala, S.Ak., M.M
3. Sambutan Camat Bajeng Haerani Mallingkai, S.Sos dan Wakil Dekan II FEBD Universitas Megarezky Kasman Siring. SE.,MM.
4. Penyajian Materi PKM Inovasi Manajemen Pemasaran untuk Peningkatan Kapasitas Berwirausaha pengurus BUMdes di Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa Sul-Sel.
5. Tanya jawab, Penyerahan Cendera Mata dan sesi foto bersama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini merupakan implementasi kerjasama antara Program Studi Kewirausahaan dan Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa yang telah melakukan penandatanganan Memorandum of Agreement (MOA), yang bertujuan untuk memfasilitasi serangkaian kegiatan yang bermanfaat bagi kedua belah pihak serta mendukung tugas penting Perguruan Tinggi dalam menjalankan Tri Dharma.

Sebelum kegiatan dimulai peserta diwajibkan mengisi absensi dan berita acara sebelum masuk Aula dan menerima bingkisan yang telah disiapkan oleh tim pelaksana kegiatan PKM, seperti yang terlihat pada gambar 1 dan 2 dibawah.



Gambar 1, 2 Registrasi Peserta dan Penyerahan cendramata.

Acara ini dibuka oleh Ibu Paramita Poddala, S.Ak., MM sebagai Master of Ceremoni, dan diawali dengan pembacaan doa oleh salah satu mahasiswa S1 Kewirausahaan, dilanjutkan dengan sambutan dari Camat Bajeng, Ibu Haerani Mallingkai, S.Sos. Dalam sambutannya, Ibu Haerani menyampaikan apresiasi atas pemilihan Bajeng sebagai lokasi kegiatan dan mengajak semua peserta untuk aktif berpartisipasi. Beliau juga menyatakan harapan untuk adanya kerjasama yang berkelanjutan untuk mendukung pengembangan kewirausahaan di wilayah

Kecamatan Bajeng. Kemudian dilanjutkan dengan sambutan yang dibawakan oleh wakil dekan II FEBD Universitas Megarezky, beliau mengucapkan rasa Syukur karena program studi S1 Kewirausahaan diberi kesempatan dan diterima dengan sangat baik di kecamatan Bajeng, besar harap kedepannya tetap berkolaborasi dalam kegiatan-kegiatan kewirausahaan kedepannya, baik berupa pelatihan, sosialisasi atau dalam hal social.

Selanjutnya adalah pemberian materi kegiatan PKM yang membahas tentang inovasi manajemen pemasaran untuk peningkatan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa, dan penuh antusias dari para peserta PKM seperti yang terlihat pada gambar 3 dan 4 dibawah.



Gambar 3, 4. Pemberian Materi dan Peserta PKM

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan entitas ekonomi yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat desa dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian lokal. Namun, BUMDes seringkali menghadapi kendala dalam mengelola dan memasarkan produk-produk mereka. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pengurus BUMDes dalam manajemen pemasaran merupakan tahap kunci dalam memperkuat kapasitas mereka dalam mengelola dan memasarkan produk-produk lokal secara efektif. Melalui berbagai metode pelatihan dan pembelajaran yang terstruktur, para pengurus BUMDes dapat diperkenalkan dengan konsep-konsep dasar dalam pemasaran, strategi-strategi yang relevan, serta praktik terbaik dalam mengelola kegiatan pemasaran.

Sebuah penelitian oleh (P. , & K. K. L. Kotler, 2016) menegaskan pentingnya pelatihan dan pengembangan keterampilan dalam konteks manajemen pemasaran. Mereka menyatakan bahwa "untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam bidang pemasaran, pelatihan yang terfokus dan berkelanjutan adalah suatu keharusan."

Selain itu, (Rangkuti, 2017) menggaris bawahi bahwa pengembangan keterampilan praktis dalam menerapkan konsep-konsep pemasaran adalah kunci keberhasilan dalam memperkuat kapasitas manajerial. Dalam analisisnya tentang SWOT, Rangkuti menekankan perlunya pemahaman mendalam tentang pasar dan pesaing, serta kemampuan dalam merancang strategi pemasaran yang adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Dalam konteks pemasaran modern, (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2021) mengajukan bahwa pemahaman tentang prinsip-prinsip pemasaran yang mencakup strategi digital dan pemasaran berbasis teknologi informasi menjadi semakin penting. Mereka menekankan bahwa para praktisi pemasaran perlu terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran.

Perluasan jangkauan pasar merupakan tujuan utama dari adopsi strategi pemasaran inovatif oleh BUMDes. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif, BUMDes memiliki kesempatan untuk mencapai pasar yang lebih luas, baik dalam skala lokal maupun regional. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (P. Kotler et al., 2017) dalam bukunya "Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital" menyoroti pentingnya adopsi strategi pemasaran inovatif dalam mencapai pasar yang lebih luas. Mereka menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, organisasi dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka kepada konsumen yang tersebar di berbagai lokasi. Dengan demikian, adopsi strategi pemasaran inovatif tidak hanya membantu BUMDes dalam meningkatkan penjualan di pasar lokal, tetapi juga memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas di tingkat regional atau bahkan nasional.

Perluasan jangkauan pasar melalui adopsi strategi pemasaran inovatif juga didukung oleh penelitian lain yang menekankan pentingnya penetrasi pasar yang lebih luas. Sebagai contoh, (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2021) dalam buku "Principles of Marketing" menyatakan bahwa dengan menggunakan teknik pemasaran yang tepat, perusahaan atau organisasi seperti BUMDes dapat menembus pasar baru dan mencapai segmen konsumen yang sebelumnya tidak terjangkau. Hal ini memungkinkan untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperluas cakupan geografis dari bisnis mereka.

Dengan demikian, melalui adopsi strategi pemasaran inovatif yang didukung oleh teknologi digital dan pendekatan kreatif, BUMDes dapat mengatasi batasan-batasan geografis dan mencapai pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang efektif akan membantu meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk-produk lokal yang dihasilkan oleh BUMDes, serta membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis di tingkat yang lebih luas.

Perluasan jangkauan pasar melalui adopsi strategi pemasaran inovatif juga didukung oleh penelitian lain yang menekankan pentingnya penetrasi pasar yang lebih luas. Sebagai contoh, (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2021) dalam buku "Principles of Marketing" menyatakan bahwa dengan menggunakan teknik pemasaran yang tepat, perusahaan atau organisasi seperti BUMDes dapat menembus pasar baru dan mencapai segmen konsumen yang sebelumnya tidak terjangkau. Hal ini memungkinkan untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperluas cakupan geografis dari bisnis mereka.

Dalam konteks pemasaran modern, (P. Kotler et al., 2017) menyoroti pentingnya adopsi strategi pemasaran inovatif dalam mencapai pasar yang lebih luas. Mereka menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan teknologi digital dan

media sosial, organisasi dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka kepada konsumen yang tersebar di berbagai lokasi. Dengan demikian, adopsi strategi pemasaran inovatif tidak hanya membantu BUMDes dalam meningkatkan penjualan di pasar lokal, tetapi juga memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas di tingkat regional atau bahkan nasional.

**Peningkatan Pendapatan:** Terjadi peningkatan pendapatan dari penjualan produk-produk lokal. Peningkatan pendapatan dari penjualan produk-produk lokal merupakan hasil yang diharapkan dari implementasi strategi pemasaran inovatif oleh BUMDes. Melalui penerapan strategi pemasaran yang efektif, BUMDes dapat meningkatkan daya tarik produk-produk lokal mereka di pasar, yang pada gilirannya akan meningkatkan volume penjualan dan pendapatan yang diperoleh. Dalam bukunya yang berjudul "Marketing Management", (P. , & K. K. L. Kotler, 2016) menekankan pentingnya strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan pendapatan. Mereka menyatakan bahwa dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta menggunakan strategi pemasaran yang sesuai, perusahaan dapat mencapai pertumbuhan penjualan yang signifikan dan meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, (Rangkuti, 2017) dalam bukunya yang berjudul "Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis" menyoroti peran strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan. Ia menegaskan bahwa dengan merancang strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar dan menghasilkan pendapatan yang lebih besar.

Dengan demikian, peningkatan pendapatan dari penjualan produk-produk lokal merupakan hasil yang diharapkan dari adopsi strategi pemasaran inovatif oleh BUMDes, yang akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan pendapatan dari penjualan produk-produk lokal merupakan indikator kesuksesan strategi pemasaran yang diterapkan oleh BUMDes. (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2021) dalam buku "Principles of Marketing", pendapatan yang diperoleh dari penjualan adalah hasil langsung dari efektivitas strategi pemasaran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Mereka menegaskan bahwa "strategi pemasaran yang baik akan menghasilkan peningkatan penjualan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu, dalam buku "Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital" karya Kotler, Keller, Kartajaya, dan Setiawan (2017), peningkatan pendapatan juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan teknologi digital dan media sosial dalam pemasaran. Mereka menjelaskan bahwa "dengan memanfaatkan platform digital dengan baik, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan peluang penjualan, yang akan berdampak positif pada pendapatan perusahaan." Peningkatan pendapatan dari penjualan produk-produk lokal tidak hanya tergantung pada kualitas produk itu sendiri, tetapi juga pada efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh BUMDes, serta kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai pasar yang lebih luas. Penguatan Kemandirian Ekonomi: BUMDes dan masyarakat desa menjadi lebih mandiri secara ekonomi. Penguatan kemandirian ekonomi BUMDes dan masyarakat desa



merupakan tujuan yang penting dalam pelaksanaan inovasi manajemen pemasaran. Dengan meningkatnya pendapatan dan daya saing produk lokal melalui strategi pemasaran yang efektif, BUMDes dapat berperan sebagai motor penggerak ekonomi di tingkat desa. Hal ini sesuai dengan konsep pemberdayaan ekonomi lokal yang merupakan salah satu fokus pembangunan berkelanjutan.

Menurut (Sugiyono, 2017) dalam bukunya yang berjudul "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", pemberdayaan ekonomi lokal dapat menciptakan kemandirian ekonomi di tingkat desa. Sugiyono menjelaskan bahwa "dengan meningkatkan daya saing produk lokal dan mendukung pengembangan usaha mikro di tingkat desa, masyarakat desa dapat menjadi lebih mandiri secara ekonomi." Selain itu, (McLeod et al., 2019) dalam jurnal "Empowering Rural Economies: Entrepreneurship Development as a Driver for Sustainable Rural Economic Growth" menyoroti pentingnya pengembangan kewirausahaan di tingkat desa untuk meningkatkan kemandirian ekonomi. Mereka menekankan bahwa "dengan memberdayakan BUMDes dan masyarakat desa untuk mengembangkan usaha lokal, kita dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang mandiri dan berkelanjutan di tingkat desa." Dengan demikian, penguatan kemandirian ekonomi BUMDes dan masyarakat desa merupakan hasil yang diharapkan dari pelaksanaan inovasi manajemen pemasaran. Melalui peningkatan pendapatan, diversifikasi produk, dan pengembangan usaha lokal, BUMDes dapat membantu memperkuat ketahanan ekonomi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kolaborasi Antar-BUMDes: Terjalannya kerjasama antar-BUMDes dalam mengembangkan inovasi manajemen pemasaran. Kolaborasi antar-BUMDes dalam mengembangkan inovasi manajemen pemasaran merupakan langkah penting untuk meningkatkan efektivitas dan dampak dari upaya pemasaran yang dilakukan oleh BUMDes di berbagai desa. Melalui kerjasama ini, BUMDes dapat saling bertukar pengalaman, sumber daya, dan ide-ide inovatif untuk meningkatkan kualitas pemasaran produk-produk lokal mereka.

Menurut studi yang dilakukan oleh (Pratikno et al., 2020) dalam artikel "The Role of Collaborative Entrepreneurship in Strengthening the Competitiveness of Rural Creative Industry Entrepreneurs", kerjasama antar-BUMDes dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi semua pihak terlibat. Mereka menjelaskan bahwa "dengan berkolaborasi, BUMDes dapat saling mendukung dan memperkuat upaya pemasaran produk-produk lokal, sehingga menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan bisnis di tingkat desa.

Selain itu, (Djalante et al., 2019) dalam artikel "Collaborative Governance for Climate Change Adaptation in Indonesia: Lessons from the Collaborative Management of Coastal Areas in West Kalimantan" menyoroti pentingnya kolaborasi antar-lembaga dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Mereka menekankan bahwa "kolaborasi antar-lembaga, termasuk BUMDes, dapat menjadi kunci dalam mengatasi tantangan-tantangan pembangunan di tingkat lokal dan meningkatkan kapasitas adaptasi terhadap perubahan lingkungan." Dengan demikian, terjalannya kerjasama antar-BUMDes dalam mengembangkan

inovasi manajemen pemasaran merupakan langkah strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro di tingkat desa. Melalui sinergi dan kolaborasi, BUMDes dapat menciptakan efek positif yang lebih besar dalam memasarkan produk-produk lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif di komunitas desa.

Kegiatan selanjutnya Ice breaking yaitu sebuah teknik yang digunakan untuk memulai sesi atau pertemuan dengan aktivitas yang ringan dan menyenangkan, dengan tujuan untuk mengurangi kecanggungan, membangun hubungan interpersonal yang lebih baik, dan meningkatkan keterlibatan peserta.

Ice Breaking, Menurut (Newstrom, 1992) "Ice breakers are valuable training tools with the primary purpose of helping participants to begin the process of forming themselves into a team through interactive activities."



Gambar 5: Ice Breaking dengan peserta dipandu tim PkM



Gambar 6: Penyerahan Hadiah Ice Breaking

Setelah kegiatan ice breaking dan penyerahan hadiah, saatnya memasuki tahap yang sangat ditunggu-tunggu oleh para peserta yaitu sesi diskusi dan berjalan sangat baik, penuh antusias oleh para peserta, baik dari bapak Kepala desa terlebih lagi dari para pengurus BUMDes di kecamatan Bajeng seperti yang terlihat dibawah pada gambar 7.



Gambar 7: Sesi diskusi dengan peserta

Dan terakhir setelah semua rangkaian PKM selesai dilanjutkan dengan kegiatan Penyerahan cendramata dan foto bersama seperti pada gambar 9 dibawah.



Gambar 8: sesi foto bersama

## KESIMPULAN

Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya untuk memberikan pemahaman terkait Implementasi inovasi manajemen pemasaran dapat meningkatkan kapasitas berwirausaha pengurus BUMDes di Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Program pengabdian kepada masyarakat merupakan pendekatan efektif untuk mendorong perubahan positif dalam pengelolaan dan pemasaran produk-produk lokal. Walaupun demikian perlu program-program lebih lanjut dilakukan untuk tetap berkoordinasi dengan para BUMDes di Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Djalante, R., Nurhidayah, L., Setiadi, N., Sudjatma, A., & Indrawan, M. (2019). Collaborative Governance for Climate Change Adaptation in Indonesia: Lessons from the Collaborative Management of Coastal Areas in West Kalimantan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph16193696>
- Kotler, P., & K. K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- McLeod, B., Lekoane, M., & Nethengwe, N. (2019). Empowering Rural Economies: Entrepreneurship Development as a Driver for Sustainable Rural Economic Growth. *Sustainability*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/su11082309>
- Newstrom, J. (1992). *Icebreakers: A Sourcebook of Games, Exercises and Simulations*. McGraw-Hill.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2021). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Pratikno, P., Sukirno, S., & Herwindiati, D. (2020). The Role of Collaborative Entrepreneurship in Strengthening the Competitiveness of Rural Creative Industry Entrepreneurs. *Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–10.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (9th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.