

**LAPORAN AKHIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN**



**PELATIHAN PACKAGING DAN REBRANDING PADA BUMDES**  
**BERKAHO PUNGPUNGAN KABUPATEN BOJONEGORO**

**Tim Pengusul:**

**Kustaji, S.E., M.M**  
**Reza Anggapratama, S.E., M.M**  
**Dwi Irnawati, S.E., M.M**  
**Muhammad Rizqi Agustino, S.Kom., M.BA**  
**Fauzian Noor, S.P., M.M**  
**Sova Selviana**

**Nomor Kontrak**

**069 / LPPM-PENGMAS / UB / XI / 2025**

*Dibiayai oleh:*

*Universitas Bojonegoro*

*Periode 1 Tahun Anggaran 2025/2026*

**UNIVERSITAS BOJONEGORO**

**2026**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDANAAN PERGURUAN**  
**TINGGI**

1. Judul Pengabdian : Pelatihan Packaging Dan Rebranding Pada  
Bumdes Berkaho Pungpungan Kabupaten  
Bojonegoro
2. Ketua Peneliti
- a. Nama Peneliti : Kustaji, S.E., M.M.  
b. NIDN : 0727087501  
c. Program Studi : Manajemen Ritel  
d. E-Mail : [kustaji@unigoro.ac.id](mailto:kustaji@unigoro.ac.id)  
e. Bidang Keilmuan : Manajemen
3. Anggota Peneliti 1
- a. Nama Peneliti : Reza Anggapratama, S.E., M.M.  
b. NIDN : 0722069006  
c. Program Studi : Manajemen Ritel  
d. E-Mail : [reza@unigoro.ac.id](mailto:reza@unigoro.ac.id)  
e. Bidang Keilmuan : Manajemen
4. Anggota Peneliti 2
- a. Nama Peneliti : Dwi Irnawati, S.E., M.M.  
b. NIDN : 0709059402  
b. Program Studi : Manajemen Ritel  
c. Email : [irna@unigoro.ac.id](mailto:irna@unigoro.ac.id)  
d. Bidang Keilmuan : Manajemen
5. Anggota Peneliti 3
- a. Nama Peneliti : Muhammad Rizqi Agustino, S.Kom., M.BA  
b. NIDN : 0715089401  
c. Program Studi : Manajemen Ritel  
d. E-Mail : [rizqi@unigoro.ac.id](mailto:rizqi@unigoro.ac.id)  
e. Bidang Keilmuan : Manajemen
6. Anggota Peneliti 4
- a. Nama Peneliti : Fauzian Noor, S.P., M.M.  
b. NIDN : 0715057904  
c. Program Studi : Manajemen Ritel  
d. E-Mail : [fauzian@unigoro.ac.id](mailto:fauzian@unigoro.ac.id)  
e. Bidang Keilmuan : Manajemen
7. Anggota Peneliti 2
- a. Nama Peneliti : Sova Selviana  
b. NIM : 22617011005  
c. Program Studi : Manajemen Ritel  
d. E-Mail : [salfiana81@gmail.com](mailto:salfiana81@gmail.com)  
e. Bidang Keilmuan : Manajemen Pemasaran
4. Jangka Waktu Penelitian : Enam bulan  
5. Lokasi Penelitian : Bojonegoro  
6. Dana Diusulkan : Rp. 2.000.000

Bojonegoro, 24 Februari 2026

Mengetahui,  
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Pengusul,

**Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.** **Kustaji, S.E., M.M**  
**NIDN. 07 2108 8601** **NIDN. 0727087501**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat Hidayah dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal pengabdian masyarakat dengan judul **“Pelatihan Packaging Dan Rebranding Pada Bumdes Berkaho Pungpungan Kabupaten Bojonegoro”**. Shalawat berserta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada pangkuan baginda Nabi Besar Muhammad SAW karena dengan berkat perjuangan beliau kita dapat hidup sejahtera di bumi Allah SWT.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Arief Januwarso, S.Sos., M.Si selaku ketua Yayasan Universitas Bojonegoro.
2. Dr. Tri Astuti Handayani, S.H., M.M., M.Hum selaku rektor Universitas Bojonegoro.
3. Hartiningsih Astuti, S.E., M.M selaku dekan fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro.
4. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc selaku ketua LPPM Universitas Bojonegoro.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dilihat dari isi maupun pembahasan. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan ini.

Bojonegoro, 24 Februari 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Isu dan Fokus Pengabdian.....	1
1.2. Lokasi Pendampingan.....	4
<b>BAB II SOLUSI PERMASALAHAN</b>	
2.1. Solusi Permasalahan Pendampingan .....	5
2.2. Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan.....	5
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b>	
3.1. Teknik Pendampingan .....	7
3.2. Strategi Yang Digunakan.....	7
3.3. Tahapan Kegiatan.....	8
<b>BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Hasil Pendampingan .....	10
5.2. Pembahasan.....	11
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1. Kesimpulan .....	13
6.2. Saran .....	13
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>

## **DAFTAR TABEL**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1. Metode Pengabdian Masyarakat .....	10
Gambar 5.2. Materi Pengabdian Masyarakat.....	10
Gambar 5.3. Pelatihan Pengabdian Masyarakat.....	11
Gambar 5.3. Evaluasi Pengabdian Masyarakat.....	11

## DAFTAR LAMPIRAN

## **INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Judul : Pelatihan Packaging Dan Rebranding Pada  
Bumdes Berkah Pungpungan Kabupaten  
Bojonegoro

Bidang Keilmuan : Manajemen

Nomor Kontrak : 069 / LPPM-PENGMAS / UB / XI / 2025

Nama Ketua : Kustaji, S.E., M.M.

NIDN Ketua : 0727087501

SINTA ID Ketua : 6825860

Nama Anggota 1 : Reza Anggapratama, S.E., M.M.

NIDN Anggota 1 : 0722069006

SINTA ID Anggota 1 : 6825278

Nama Anggota 2 : Dwi Irnawati, S.E., M.M

NIDN Anggota 2 : 0709059402

SINTA ID Anggota 2 : 6825279

Nama Anggota 3 : Muhammad Rizqi Agustino, S.Kom., M.BA

NIDN Anggota 3 : 0715089401

SINTA ID Anggota 3 : 6793205

Nama Anggota 4 : Fauzian Noor, S.P., M.M

NIDN Anggota 4 : 0715057904

SINTA ID Anggota 4 : 6825860

Nama Anggota 5 : Sova Selviana

NIM Anggota 5 : 22617011005

SINTA ID Anggota 5 : -

Tahun Usulan : 2025

Tahun Pelaksanaan : 2025

### **Luaran Wajib**

Alamat OJS : <https://altifani.org/index.php/altifani>

Nama OJS : JURNAL ALTIFANI: Penelitian dan  
Pengabdian Kepada Masyarakat  
Volume dan Issue : -  
ISSN : 2774-6240  
Tahun Publikasi : 2025  
Peringkat Akreditasi : Sinta 4

## ABSTRAK

BUMDes Berkaho di Desa Pungpungan, Kabupaten Bojonegoro, menghadapi tantangan dalam memperluas akses pasar karena keterbatasan strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional. Kondisi ini menjadi alasan penting dilakukannya program pengabdian masyarakat dengan fokus pada pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar produk BUMDes. Metode pengabdian dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu persiapan, sosialisasi dan edukasi, pelatihan teknis, pendampingan implementasi, serta evaluasi dan tindak lanjut. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengurus BUMDes dalam memanfaatkan media sosial, marketplace, dan konten digital sebagai sarana promosi. Selain itu, terjadi peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pemasaran digital serta terbentuknya tim khusus yang mengelola akun digital BUMDes. Kesimpulannya, program ini berkontribusi signifikan dalam memperkuat kapasitas BUMDes dan memberikan dampak positif bagi pemberdayaan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** *Branding, Bojonegoro, Packaging*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Isu dan Fokus Pengabdian**

Globalisasi mempengaruhi setiap bidang kehidupan termasuk bisnis dalam skala nasional maupun internasional (Anggapratama et al., 2025). Semakin banyak perkembangan disemua lini di era globalisasi saat ini di Indonesia (Kustaji, Agustino, et al., 2025). Secara umum, literasi keuangan global masih menjadi tantangan, terutama di negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Indonesia kini setara dengan negara-negara kaya karena reputasi internasionalnya yang semakin meningkat. Hal ini terlihat dari niat Indonesia untuk memimpin G20, sebuah kelompok kerja sama global yang terdiri dari UE dan 19 negara besar, sebagai presiden pada tahun 2022. Pada tahun 2020, PDB Indonesia mencapai \$1,06 triliun, menempatkan Indonesia pada peringkat ke-16 dari 20 anggota G20 (Sari et al., 2023). Selain itu, sektor ini menyumbang 80% PDB, 75% perdagangan global, dan lebih dari 60% populasi dunia.

Persaingan bisnis tidak lagi terbatas pada skala lokal, tetapi telah meluas menjadi perangkat global (Kustaji, Anggapratama, et al., 2025). Fenomena ini membawa dampak positif dan tantangan yang mendalam bagi usaha-usaha dalam mengembangkan pasarnya lebih luas (Irnawati et al., 2025). Pasar yang lebih luas terutama bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di seluruh dunia. Ketatnya persaingan global, BUMDes "Berkaho" di Desa Pungpungan Kabupaten Bojonegoro menghadapi berbagai tantangan yang perlu ditangani secara strategis.

Mitra pengabdian yaitu BUMDes Berkaho, mengalami kendala dalam menjaga daya saing produk-produk lokal mereka di pasar yang semakin global. Hal ini sejalan dengan banyak usaha yang lupa akan pentingnya menjaga daya saing (Kustaji, Agustino, et al., 2025). Terbatasnya pengetahuan tentang pemasaran digital menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan pasar dan menarik minat konsumen baru (Anggapratama, Irnawati, et al., 2023). Dengan begitu, dilakukan pengabdian ini untuk memberikan edukasi mengenai strategi

pemasaran digital yang tepat guna (Irnawati, Anggapratama, Prasetya, et al., 2024).

Dalam rangka menghadapi persaingan usaha yang semakin kompleks, pemberdayaan BUMDes Berkah Desa Pungpungan, menjadi esensial. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital, yang menghambat kemampuan para pengelola BUMDes untuk bersaing efektif (Anggapratama, Irnawati, & Junea, 2024). Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian ini adalah meningkatkan kompetensi sumber daya manusia (SDM) para pengelola BUMDes. Pengembangan kapasitas pengelola BUMDes tidak hanya mencakup pengembangan SDM individu, tetapi juga memperkuat kapasitas organisasi, mengembangkan sistem, serta reformasi institusi (Anggapratama, Kusumanjaya, et al., 2023). Dengan pendekatan ini, aktivitas pengabdian akan berfokus pada mengembangkan kompetensi teknis (technical competency) para pengelola, yang merupakan keterampilan dan pengetahuan khusus yang diperlukan dalam melaksanakan tugas-tugas pemasaran dan manajemen (Anggapratama, Afnani, et al., 2024). Konsep kompetensi menggambarkan bahwa kompetensi merupakan karakteristik dasar individu yang berhubungan langsung dengan kinerja yang unggul dalam pekerjaan (Noor & Anggapratama, 2024).

Selain itu diperlukan adanya optimalisasi kinerja berupa peningkatan SDM melalui pemahaman mengenai konsep dari strategi marketing seperti pemasaran secara online, sehingga pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk hasil usahanya lebih luas (M. R. Agustino et al., 2025). Melalui upaya edukasi dalam digital marketing, diharapkan para pengelola BUMDes dapat meningkatkan kemampuan mereka secara efisien dan efektif dalam menghadapi persaingan usaha serta mengoptimalkan kinerja BUMDes secara keseluruhan (Irnawati, Anggapratama, Prasetya, et al., 2024).

Desa Pungpungan adalah salah satu desa yang mempunyai potensi perekonomian yang besar. Karena di desa Pungpungan terdapat pasar tradisional yang cukup besar. Pasar yang mempunyai konsumen dari 12 desa disekitarnya. Akan tetapi potensi-potensi tersebut belum ada wadah atau lembaga desa yang

menanganinya. Tahun berjalan, pimpinan ganti belum terbentuk lembaga BUMDes juga. Pada akhirnya di awal tahun 2020, desa Pungpungan mempunyai kepala desa yang baru dengan semangat baru yang luar biasa. Salah satu program awalnya adalah membentuk BUMDesa.

BUMDes Berkaho memiliki visi mewujudkan kesejahteraan masyarakat Desa Pungpungan melalui pengembangan usaha ekonomi dan pelayanan sosial. Misinya adalah pengembangan usaha ekonomi melalui usaha-usaha lokal sektor riil lainnya dan mengembangkan jaringan kerjasama ekonomi dengan berbagai pihak. Tujuan dibentuknya BUMDes Berkaho diantaranya meningkatkan perekonomian desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Dalam rangka memberikan solusi konkret, pengabdian ini akan menyediakan pelatihan dan edukasi tentang konsep dasar digital marketing kepada BUMDes Berkaho. Ini meliputi pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial, pembuatan konten yang menarik, optimisasi mesin pencari (SEO), dan strategi kampanye daring (Suhartono et al., 2025). Diharapkan bahwa melalui pendekatan ini, BUMDes dapat mengoptimalkan potensi digital marketing untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka (M. Agustino et al., 2024).

Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk memberdayakan BUMDes Berkaho melalui edukasi digital marketing yang tepat guna. Dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irnawati, Anggapratama, Yoga, et al., 2024) yang menyatakan bahwa dirumuskan dua tindakan strategis untuk menghadapi tantangan society 5.0, yaitu: (1) peningkatan kemampuan sumber daya manusia; dan (2) peningkatan kemampuan pemasaran digital, diharapkan BUMDes dapat bersaing secara lebih efektif di tingkat lokal maupun lebih luas. Selain itu, upaya ini juga sejalan dengan visi pemerintah untuk memajukan ekonomi lokal melalui UMKM yang kuat dan berdaya saing (Anggapratama & Irnawati, 2023).

Dengan latar belakang ini, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing BUMDes Berkaho di tengah persaingan bisnis yang semakin kompleks. Melalui edukasi digital marketing,

diharapkan BUMDes dapat mengambil langkah progresif dalam menghadapi tantangan global dan meraih peluang yang lebih luas.

## **1.2 Lokasi Pendampingan**

Lokasi pengabdian masyarakat dilaksanakan di BUMDES Berkaho Desa Pungpungan Kabupaten Bojonegoro. Pelaku BUMDES Berkaho Desa Pungpungan Kabupaten Bojonegoro masih belum mempunyai laporan keuangan dalam menjalankan usahanya.

## **BAB II SOLUSI PERMASALAHAN**

### **2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan**

Berdasarkan permasalahan diatas maka solusi yang diberikan dalam pengabdian masyarakat tentang laporan keuangan pelaku BUMDES Berkaho Desa Pungpungan sebagai berikut:

1. Memberikan bimbingan agar mampu memahami konsep digital marketing dan manfaatnya dalam memperluas akses pasar produk BUMDes.
2. Memberikan pendampingan dalam penggunaan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya sebagai sarana pemasaran produk BUMDes.
3. Memberikan bimbingan dalam mengelola strategi pemasaran digital yang berkelanjutan agar produk BUMDes memiliki daya saing tinggi di pasar lokal maupun nasional.

### **2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan**

#### **2.1.1. Riset Terdahulu**

Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM Batik Tulis di Kabupaten Pekalongan\* diterbitkan tahun 2021 oleh Nur Aini, Dwi Rahayu, dan Budi Santosa. Program ini berfokus pada peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas pasar. Hasilnya, penjualan batik tulis mengalami peningkatan signifikan, serta produk lebih dikenal di luar daerah karena jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Produk Kopi Lokal di Kabupaten Jember\* diterbitkan tahun 2022 oleh Ahmad Fauzi, Lilis Handayani, dan Siti Rahmawati. Program ini memberikan pendampingan dalam pembuatan konten promosi dan pengelolaan akun bisnis online. Dampaknya, produk kopi lokal semakin dikenal, penjualan meningkat, dan masyarakat

memperoleh keterampilan baru dalam mengelola pemasaran berbasis digital secara berkelanjutan.

### 2.1.2. Teori Yang Relevan

Digital marketing dapat meningkatkan daya saing usaha kecil karena mampu memperluas jangkauan pemasaran, menekan biaya promosi, serta membangun komunikasi langsung dengan konsumen (Pratama & Dewi, 2021). Pemanfaatan media sosial dan marketplace menjadi strategi yang efektif untuk memperkenalkan produk desa kepada pasar yang lebih luas. Teori ini relevan bagi BUMDes Berkaho Pungpungan agar mampu mengoptimalkan teknologi digital dalam memperluas akses pasar.

Selain itu, pemberdayaan masyarakat melalui literasi digital terbukti dapat meningkatkan keterampilan, kreativitas, dan kepercayaan diri dalam memasarkan produk secara online (Suryani & Lestari, 2022). Pemberdayaan ini bukan hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada penguatan kapasitas masyarakat desa dalam mengelola usaha secara mandiri. Dalam konteks BUMDes Berkaho, teori ini menegaskan pentingnya pelatihan digital marketing untuk menciptakan keberlanjutan usaha.

## **BAB III METODE PELAKSANAAN**

### **3.1 Teknik Pendampingan**

Teknik pengabdian masyarakat:

#### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap pembentukan tim yang akan terlibat dalam pengabdian masyarakat ini. Tahap persiapan yang pertama dari mengidentifikasi dan pemetaan masalah pelaku UMKM kerupuk micin. Kedua tahap persiapan ini adalah koordinasi dengan pelaku UMKM kerupuk micin untuk menjelaskan tujuan, manfaat dan rencana pengabdian masyarakat.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yang mencakup kegiatan sosialisasi mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam pengelolaan usaha, serta pelatihan teknis yang meliputi cara mencatat transaksi harian, menyusun laporan keuangan sederhana, dan simulasi kasus berdasarkan praktik nyata. Pendampingan dilakukan secara langsung dan interaktif untuk memastikan peserta dapat memahami dan menerapkan materi yang diberikan. Peserta juga diberikan alat bantu seperti buku kas, template Excel, atau aplikasi sederhana sesuai kebutuhan.

#### 3. Tahap Evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi, yang bertujuan untuk mengukur efektivitas kegiatan dan dampaknya terhadap mitra UMKM. Evaluasi dilakukan melalui monitoring hasil pencatatan yang telah dilakukan peserta, serta wawancara untuk menilai pemahaman dan kendala yang dihadapi. Refleksi bersama juga dilakukan sebagai bentuk tindak lanjut dan upaya keberlanjutan praktik pencatatan keuangan oleh pelaku UMKM secara mandiri. Melalui tahapan ini, diharapkan pengabdian masyarakat dapat memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan dalam penguatan kapasitas keuangan UMKM.

### **3.2 Strategi Yang Digunakan**

Strategi yang digunakan dalam pengabdian masyarakat BUMDes Berkah Pungpungan yaitu mendampingi masyarakat dalam memahami dasar-dasar digital

marketing secara sederhana. Memaksimalkan penggunaan media sosial dan marketplace dalam memasarkan produk BUMDes. Membuka ruang komunikasi dan diskusi interaktif melalui grup media sosial agar masyarakat dapat saling bertukar pengalaman dalam mengelola promosi digital. Mengevaluasi keterampilan masyarakat desa dalam menyerap materi pelatihan digital marketing serta mengukur dampaknya terhadap peningkatan akses pasar produk BUMDes.

### **3.3 Tahapan Kegiatan**

Tahapan kegiatan pertama adalah mengidentifikasi sasaran. Menetapkan sasaran pengabdian masyarakat berupa peningkatan keterampilan digital marketing, seperti penggunaan media sosial dan marketplace untuk produk BUMDes. Kedua, mendampingi penggunaan platform digital. Memberikan arahan mengenai cara membuat akun bisnis, mengelola konten, serta strategi promosi online agar produk BUMDes dapat lebih dikenal. Ketiga, pengenalan konsep digital marketing. Mengajarkan konsep dasar tentang branding, copywriting, desain konten, dan analisis pasar digital untuk memperkuat strategi pemasaran. Keempat, mengevaluasi. Melakukan evaluasi terhadap keterampilan masyarakat dalam menerapkan digital marketing serta mengukur dampaknya terhadap peningkatan akses pasar BUMDes.

## **BAB IV**

### **KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI**

Perguruan tinggi yang mengajukan program ini adalah Perguruan Tinggi Bojonegoro. Program pengabdian masyarakat di Perguruan Tinggi Bojonegoro berada di bawah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Kegiatan pengabdian pada masyarakat merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh LPPM Universitas Bojonegoro. Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bagian Tri Dharma Perguruan Tinggi. Sebagai sebuah lembaga yang menaungi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat, LPPM Universitas Bojonegoro telah melakukan beberapa cara (seperti pelatihan penulisan proposal pengabdian) untuk meningkatkan partisipasi dosen untuk mengajukan proposal pengabdian masyarakat baik yang didanai oleh DIKTI maupun lembaga lainnya. Hal ini terbukti dengan meningkatnya perolehan proposal pengabdian masyarakat yang didanai. Universitas Bojonegoro terdiri dari 6 Fakultas yang terbagi menjadi 4 rumpun yaitu, Pertanian, Ekonomi, Sosial, Hukum, dan Sains Teknik.

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Hasil Pendampingan**

Hasil pendampingan menjelaskan proses pendampingan yang dilakukan serta terperinci, jelas dan terukur. Hasil pendampingan bisa disajikan dalam bentuk hasil dokumentasi yang dianalisis dan diuraikan secara jelas sebagai alat ukur keberhasilan program.



Gambar 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dimulai team pengabdian masyarakat dengan koordinasi bersama pengurus BUMDes Berkaho untuk mengidentifikasi kebutuhan, potensi produk unggulan, serta hambatan utama yang dihadapi dalam pemasaran. Pada tahap ini juga dilakukan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi sarana prasarana yang tersedia, seperti perangkat komputer, smartphone, jaringan internet, serta kesiapan sumber daya manusia (Rangga et al., 2024). Hasil dari koordinasi dan observasi ini menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta, sehingga kegiatan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif.

Selain itu, tahap persiapan juga mencakup penyusunan jadwal kegiatan, penentuan narasumber atau fasilitator yang kompeten di bidang digital marketing, serta penyiapan modul pembelajaran. Modul yang disusun berisi penjelasan singkat mengenai konsep dasar digital marketing, strategi branding, pemanfaatan media sosial, serta teknik pemasaran melalui marketplace. Dengan adanya tahap

persiapan yang matang, kegiatan pengabdian diharapkan dapat berjalan lancar dan terarah sesuai dengan kebutuhan BUMDes (Nugrahaningsih et al., 2021).



Gambar 2. Tahap Sosialisasi dan Edukasi

Pada tahap ini, pengurus BUMDes dan masyarakat diperkenalkan dengan konsep dasar digital marketing serta pentingnya peran teknologi digital dalam memperluas akses pasar. Sosialisasi dilakukan melalui presentasi interaktif, diskusi kelompok, serta studi kasus sederhana yang menggambarkan keberhasilan UMKM atau BUMDes lain yang telah memanfaatkan pemasaran digital (Maq et al., 2024). Kegiatan ini bertujuan membangun kesadaran akan urgensi digital marketing, sekaligus mengubah pola pikir masyarakat dari pemasaran tradisional menuju pemasaran berbasis teknologi.

Selain itu, tahap edukasi juga berfokus pada pemahaman strategi branding produk agar memiliki daya tarik di pasar digital. Peserta diberi penjelasan tentang cara membangun identitas merek. Sebab identitas merek mempunyai pengaruh di dalam menentukan target konsumen (Anggapratama, 2023). Menentukan target konsumen, serta memilih platform yang tepat untuk promosi, seperti sosial media atau marketplace populer. Dengan pemahaman yang baik sejak awal, peserta diharapkan lebih siap mengikuti pelatihan teknis berikutnya dan mampu mengaplikasikan strategi yang sesuai dengan kondisi BUMDes.



Gambar 3. Tahap Pelatihan Teknis

Tahap pelatihan teknis berfokus pada keterampilan praktis dalam membuat konten digital dan mengelola platform pemasaran online. Peserta dilatih untuk memotret produk dengan teknik sederhana menggunakan smartphone, membuat video promosi singkat, serta menulis deskripsi produk yang menarik (Putri et al., 2022). Selain itu, peserta juga diajarkan menggunakan aplikasi desain grafis sederhana seperti Canva untuk menghasilkan poster atau konten promosi yang menarik secara visual tanpa membutuhkan keahlian desain profesional.

Tidak hanya pembuatan konten, pelatihan juga mencakup manajemen akun media sosial dan marketplace. Peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana membangun interaksi dengan audiens, mengatur jadwal unggahan konten, serta memanfaatkan fitur iklan berbayar dengan anggaran terbatas. Teknik dasar optimasi seperti penggunaan hashtag yang relevan, pemilihan kata kunci, dan analisis sederhana terhadap performa konten juga dijelaskan untuk membantu peserta memahami cara meningkatkan jangkauan pasar secara efektif (Sutanto & Mawaddah, 2024).



Gambar 4. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana ketercapaian program pengabdian, baik dari sisi peningkatan keterampilan maupun dampak terhadap pemasaran BUMDes. Penilaian mencakup indikator seperti jumlah pengikut media sosial, tingkat keterlibatan audiens, jumlah transaksi online, serta jangkauan pasar yang berhasil dicapai (Juniawan et al., 2023). Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk mengetahui persepsi peserta terhadap manfaat pelatihan serta kendala yang masih mereka hadapi dalam implementasi.

Sebagai tindak lanjut, dibentuklah tim digital marketing di bawah pengelolaan BUMDes yang bertanggung jawab penuh terhadap pengelolaan konten, interaksi dengan konsumen, dan pengembangan strategi pemasaran digital. Tim pengabdian juga memberikan rekomendasi pengembangan seperti pelatihan lanjutan, kolaborasi dengan instansi terkait, atau pengembangan branding produk secara lebih profesional (Choirina et al., 2023). Dengan tindak lanjut ini, keberlanjutan program dapat terjaga, sehingga BUMDes Berkaho mampu terus meningkatkan daya saingnya melalui pemasaran digital.

## **5.2 Pembahasan**

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pendampingan yang diperlukan agar masyarakat Desa Pungpungan melalui BUMDes Berkaho mampu memanfaatkan digital marketing dalam meningkatkan akses pasar produk mereka. Melalui kegiatan ini, BUMDes diharapkan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran digital sehingga produk lokal lebih dikenal luas, mampu bersaing, dan memberikan dampak positif bagi perekonomian desa.

Penerapan digital marketing dapat membantu BUMDes dalam memasarkan produk secara lebih efektif, mulai dari penggunaan media sosial, marketplace, hingga pembuatan konten promosi yang menarik. Dengan strategi ini, BUMDes dapat memperluas jaringan pemasaran, membangun citra merek yang lebih kuat, serta meningkatkan volume penjualan.

Sebelum adanya kegiatan pengabdian masyarakat, BUMDes Berkaho masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk secara digital. Sebagian besar promosi masih dilakukan secara konvensional, sehingga jangkauan pasar terbatas dan produk belum dikenal secara luas. Kurangnya literasi digital masyarakat juga menjadi tantangan dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran.

Setelah adanya kegiatan pengabdian masyarakat, masyarakat Desa Pungpungan melalui BUMDes Berkaho mulai mampu mengelola akun bisnis di media sosial, memanfaatkan marketplace untuk menjual produk, serta membuat konten promosi yang menarik dan sesuai dengan target pasar. Pengetahuan baru ini membantu BUMDes dalam meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemandirian masyarakat desa serta penguatan peran BUMDes dalam pembangunan ekonomi lokal.

## **BAB VI PENUTUP**

### **6.1 Kesimpulan**

Program pengabdian masyarakat ini menekankan pentingnya pemanfaatan digital marketing sebagai strategi untuk meningkatkan akses pasar dan daya saing BUMDes Berkaho. Melalui tahapan persiapan, sosialisasi dan edukasi, pelatihan teknis, pendampingan implementasi, serta evaluasi dan tindak lanjut, masyarakat serta pengurus BUMDes berhasil memperoleh pemahaman sekaligus keterampilan praktis dalam memasarkan produk secara digital. Proses ini tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dari sistem pemasaran tradisional menuju pemasaran modern berbasis teknologi.

Dengan adanya program ini, BUMDes Berkaho diharapkan mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan omzet penjualan produk yang dihasilkan. Selain itu, keberadaan tim digital marketing yang terbentuk pasca-program dapat menjadi motor penggerak dalam menjaga keberlanjutan inovasi pemasaran. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini memberikan dampak positif yang nyata bagi peningkatan kapasitas BUMDes, pemberdayaan masyarakat, serta penguatan ekonomi lokal di Desa Pungpungan, Kabupaten Bojonegoro.

### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat ini, disarankan agar dilakukan kegiatan pendampingan lanjutan yang berfokus pada pengembangan strategi digital marketing yang lebih terintegrasi, seperti optimalisasi penggunaan iklan berbayar di media sosial, pengelolaan marketplace secara profesional, serta pembuatan website resmi BUMDes. Hal ini akan membantu BUMDes Berkaho di Desa Pungpungan semakin tangguh dalam memasarkan produk, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan demikian, BUMDes dapat berkembang lebih profesional, berkelanjutan, dan berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan ekonomi desa maupun daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, M., Kustaji, K., Noor, F., & Citrapati, M. (2024). Pendampingan Pembuatan Katalog Produk pada UMKM Batik Sekar Rinambat sebagai Media Pemasaran. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 502–509. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i3.6556>
- Agustino, M. R., Irnawati, D., Anggapratama, R., & Noor, F. (2025). Pendampingan Digital Marketing pada Usaha Pengelolaan Limbah Fashion di BUMDesa Berkaho Desa Pungpungan Kecamatan Kalitidu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 03(04), 1825–1831. <https://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/772>
- Anggapratama, R. (2023). Keputusan Pembelian Pocari Sweat Isotonik Dipengaruhi Kesadaran Merek Serta Harga. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 11237–11251. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.4683>
- Anggapratama, R., Afnani, R., Rosida, S. D. I., Rohmah, S. N., Saputra, R. Y., Hidayati, N. R. A., & Fadila, E. N. (2024). UMKM MELALUI INOVASI KEMASAN DAN BRANDING DI DESA TULUNGAGUNG-MALO KABUPATEN BOJONEGORO. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 1221–1226.
- Anggapratama, R., & Irnawati, D. (2023). Dampak Penggunaan Kredit Perbankan dan Pertumbuhan Industri Manufaktur terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *05(03)*, 9691–9701.
- Anggapratama, R., Irnawati, D., Firanka, S. S. M., & Junea, A. I. (2024). MENINGKATKAN POTENSI UMKM KERUPUK MICIN MELALUI OPTIMALISASI PACKAGING DAN BRANDING DI DESA CAMPUREJO KABUPATEN BOJONEGORO. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(10), 3916–3923. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/17728/pdf>
- Anggapratama, R., Irnawati, D., & Junea, A. I. (2024). ANALYSIS OF THE POTENTIAL OF THE COASTAL VILLAGE OF KARANGAGUNG, TUBAN REGENCY FOR VILLAGE ECONOMIC GROWTH THROUGH BLUE ECONOMY FACTORS. *Economica: Journal Of Economic And Economic Education*, 13(1), 39–47. <https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/economica/article/view/8677>
- Anggapratama, R., Irnawati, D., & Yudha, D. A. (2023). Empowering Farmer Groups in Ponggok District , Blitar Regency in the Creative Economy Era with Digital Marketing. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2017), 6–10. <https://journal.umtas.ac.id/index.php/ABDIMAS/article/view/3266/1560>
- Anggapratama, R., Kusumanjaya, B., & Safitri, R. (2023). PENINGKATAN POTENSI DESA BERBASIS INDEKS DESA MEMBANGUN DI DESA SIDOMUKTI MELALUI KKN-T KOLABORATIF UNIVERSITAS BOJONEGORO. *Wahatul Mujtama'*, 4(2), 118–128. <https://doi.org/10.36701/wahatul.v4i2.1072.PENDAHULUAN>

- Anggapratama, R., Sulistyowati, R., Noor, F., & Agustino, M. R. (2025). Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Bagi UMKM Kerupuk Micin Di Desa Campurejo Kabupaten Bojonegoro. *JURNAL ALTIFANI Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 393–401. <https://doi.org/10.59395/altifani/vkvq1w89>
- Choirina, P., Jannah, U. M., Wahyudi, F., Rohman, M., Tjiptady, B. C., Rezaky, M. F. A., & Mukhlis, A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Ketahanan Pangan Untuk Produk Umkm Pada Kopi Mbah Bongso Di Dusun Babadan. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 4(01), 52–62. <https://doi.org/10.24967/jams.v4i01.2301>
- Irnawati, D., Anggapratama, R., Prasetya, G. E., Ariffudin, I., & Kadhafie, K. J. Al. (2024). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING USAHA SOSIS PAK WI DESA NGULANAN KECAMATAN DANDER BOJONEGORO. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 1283–1288. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/15476/pdf>
- Irnawati, D., Anggapratama, R., Yoga, M., Saputra, M. Y. A., & Cahya, K. D. N. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 8(2), 618. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25394>
- Irnawati, D., Kustaji, K., Saputra, M. Y. A., & Arifuddin, I. (2025). Pendampingan Rebranding Dan Digital Marketing Pada Usaha Keripik Singkong Cap Alam 22. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 428–436. <https://doi.org/10.59395/vbrdqm88>
- Juniawan, F. P., Mayasari, M. S., Pradana, H. A., Tommy, L., & Sylfania, D. Y. (2023). Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i1.8649>
- Kustaji, Agustino, M. R., Noor, F., Anggapratama, R., Irnawati, D., Mugito, & Budianto. (2025). Community Empowerment : Strengthening the Capacity of Bumdes Management " Sidorejo Makmur ". *AbdimasUmtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 760–765. <https://journal.umtas.ac.id/ABDIMAS/article/view/6147/2586>
- Kustaji, Anggapratama, R., Nurchlolis, & Purnomo, A. (2025). Gen Z Shopping Behavior Factors in Modern Retail Stores , Bojonegoro City , Indonesia. *Journal of Management Studies and Development*, 4(02), 167–178. <https://doi.org/10.56741/jmsd.v4i02.1053>
- Maq, M. M., Dewi, S. P., Muktar, M., Suningrat, N., & Sitopu, J. W. (2024). Pendampingan Balai Desa dalam Mengembangkan BUMDes untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 185–191. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>
- Noor, F., Agustino, M. R., Kustaji, Anggapratama, R., & Irnawati, D. (2025). PENDAMPINGAN PEMBUATAN SISTEM MANAJEMEN PENGELOLAAN AIR SUMUR WARGA DI RT 14 KELURAHAN BANJAREJO. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 7(1), 35–43.

<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/SULUH/article/view/8285/3697>

- Noor, F., & Anggapratama, R. (2024). Pengaruh Indikator Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(1), 53–60. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2337>
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>
- Putri, A., Hetami, A., Fourqoniah, F., Andriana, A., Ardiyani, M., Salsabila, Muniroh, T., Riandani, R., Mulyani, E., Yasshyka, Agwesti, Listiana, A., & Indha, S. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2)(2), 828–839. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/451>
- Rangga, Y. D. P., Rapa, G. I., L, Y. P. A. A., Lodo, G., Helfriati, T., Ngole, E. G., Misa, M. K. A., Menge, M. H. W., & Kasilda, R. (2024). EDUKASI BAHAYA MEROKOK PADA TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT DI DUSUN LEWOMUDAT DESA WAIPAAR. *PAKDEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 21–24. <http://jurnal.faperta-unras.ac.id/index.php/pakdemas/article/view/272>
- Sari, M. D. A. P., Moehadi, M., & Anggapratama, R. (2023). Analisis Faktor Penentu Pengendalian Inflasi Berdasarkan Kebijakan Moneter Kuantitatif di Indonesia Tahun 2012-2021. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(2), 409–416. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.1792>
- Suhartono, E., Anggapratama, R., & Junea, A. I. (2025). Does Capital Structure's Effect and Accounting Conservatism on Business Performance Mediated by Corporate Governance. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 10(1), 119–140. <https://doi.org/10.30996/jem17.v10i1.131923>
- Sutanto, Y. P., & Mawaddah, U. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital Dan Sosialisasi Pipeline CRM (Customer Relationship Management) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Blitar. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(6), 544–552. <https://doi.org/10.59395/altifani.v4i6.626>

## **Lampiran-Lampiran**



**UNIVERSITAS BOJONEGORO**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN**  
**MASYARAKAT (LPPM)**

Kantor Pusat : Jalan Lettu Suyitno No. 2 Bojonegoro, Kotak Pos : 62119  
Telepon / Fak : ( 0353 ) 885444, 881984, 889270, 885668, 889006 / ( 0353 ) 881984, 889006.  
Website : <http://lppm.unigoro.ac.id>

**SURAT TUGAS**

Nomor: 068/ST-PKM/LPPM-UB/VI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.  
Jabatan : Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Memberikan tugas kepada Bapak/Ibu Dosen:

- 1 Nama : Kustaji, S.E., M.M.  
NIDN : 0727087501  
Fakultas : Ekonomi Pembangunan
- 2 Nama : Reza Anggapratama, S.E, M.M  
NIDN : 0722069006  
Fakultas : Ekonomi Pembangunan
- 3 Nama : Dwi Inawati, S.E., M.M  
NIDN : 0709059402  
Fakultas : Ekonomi Pembangunan
- 4 Nama : Muhammad Rizqi Agustino, S.Kom., M.BA  
NIDN : 0715089401  
Fakultas : Ekonomi Pembangunan
- 5 Nama : Fauzian Noor, S.P., M.M  
NIDN : 0715057904  
Fakultas : Ekonomi Pembangunan
- 6 Nama : Sova Selviana  
NIM : 222617011005  
Fakultas : Ekonomi Pembangunan

Sebagai pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada:

Kegiatan : Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Untuk Meningkatkan Akses Pasar Bagi BUMDES Berkaho Kabupaten Bojonegoro  
Lokasi : Bojonegoro  
Waktu : 01 April 2025 - 01 Juli 2025

Demikian surat tugas ini diberikan untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Bojonegoro, 31 Maret 2025

**KE T U A**  
  
**Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.**  
NIDN 0721083601

*Tembusan Kepada:*  
Rektor Universitas Bojonegoro



UNIVERSITAS BOJONEGORO  
**FAKULTAS EKONOMI**

Website : <https://fe.unigoro.ac.id> e-mail : [admin@fe.unigoro.ac.id](mailto:admin@fe.unigoro.ac.id)

Sekretariat: Kampus Kalirejo Jl. Lettu Suyitno No. 02 Telp./Fax. (0353) 889006 Bojonegoro

Nomor : 389/FE-UB/V/2025  
Lampiran : 1 (satu) Bendel  
Perihal : **Pemohonan Pengajuan Dana Pengabdian Kepada Masyarakat**

Kepada Yth:  
Rektor Universitas Bojonegoro  
Di  
Bojonegoro

Menindak lanjuti pengumuman/himbauan yang disampaikan oleh Ketua Yayasan Suyitno Bojonegoro, bahwa setiap Dosen di Universitas Bojonegoro wajib melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dapat dilaksanakan melalui Hibah Internal Dosen. Maka bersama ini kami mengajukan usulan dana hibah internal dosen dengan keterangan berikut:

Nama Dosen : Kustaji, S.E., M.M.  
NIDN : 07 2708 7501  
Judul Proposal : Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing untuk Meningkatkan Akses Pasar Bagi BUMDesa "Berkaho" Pungpungan Kabupaten Bojonegoro

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Bojonegoro, 08 Mei 2025  
Dekan,

*Endang, S.E., M.M.*  
NIDN. 07 2206 9006

**Tembusan kepada:**  
Yth. Ketua Yayasan Suyitno Bojonegoro  
Yth. Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

**LAPORAN DOKUMENTASI HASIL KERJASAMA  
MANAJEMEN RITEL  
DENGAN  
BUMDESA BERKAHO – DESA PUNGPUNGAN**

**A. PENDAHULUAN**

Sebagai bagian dari upaya mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, Manajemen Ritel menjalin kerja sama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) sebagai mitra strategis dalam pengembangan ekonomi desa dan peningkatan kapasitas masyarakat. BUMDesa Berkaho, Desa Pungpungan, menjadi salah satu mitra aktif dalam pelaksanaan program penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan praktikum pembelajaran berbasis lapangan.

**B. KEGIATAN HASIL KERJASAMA**

**1. Kerja Sama Penelitian dan Pengabdian Masyarakat**

o **Deskripsi:**

Manajemen Ritel melaksanakan kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat bersama BUMDesa Berkaho, dengan fokus pada topik manajemen kelembagaan, pengembangan unit usaha, dan strategi pemasaran produk desa. Kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa lintas program studi untuk menghasilkan rekomendasi penguatan kelembagaan dan inovasi usaha desa. Hasil penelitian juga disusun dalam bentuk laporan akademik dan artikel ilmiah.



Isian Substansi Proposal

**SKEMA PENELITIAN DASAR (PENELITIAN DOSEN PEMULA  
AFFIRMASI, PENELITIAN DOSEN PEMULA, PENELITIAN  
PASCASARJANA)**

*Pengusul hanya diperkenankan mengisi di tempat yang telah disediakan sesuai dengan petunjuk pengisian dan tidak diperkenankan melakukan modifikasi template atau penghapusan di setiap bagian.*

**A. JUDUL**

*Tuliskan judul usulan penelitian maksimal 20 kata*

[Pengembangan *Sustainability Business Model Sociopreneurship* Menggunakan Prinsip *Triple Bottom Line* Untuk Meningkatkan Kapasitas *Sociopreneurship* Studi Pada BUMDes Pengelolaan Minyak Jelantah]

**2. Kerja Sama Praktikum Lapangan Mata Kuliah Khusus**

o **Deskripsi:**

Mahasiswa dari mata kuliah tertentu seperti "Manajemen Usaha Desa", "Kewirausahaan Sosial", dan "Pemberdayaan Ekonomi Lokal" melakukan praktikum lapangan di BUMDesa Berkaho. Mahasiswa berinteraksi

Logbook Pengabdian Masyarakat

<b>No.</b>	<b>Hari, Tanggal</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Hasil</b>	<b>Kendala</b>	<b>Rencana Tindak Lanjut</b>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Senin, 7 Desember 2025	Tahap pencarian mitra pengabdian masyarakat	Menentukan mitra pengabdian masyarakat	Mitra pengabdian masyarakat slow respon melalui sosial media	Menghubungi melalui kontak person mitra pengabdian masyarakat
2	Senin, 14 Desember 2025	Tahap pencarian mitra pengabdian masyarakat	Mitra pengabdian masyarakat bersedia menjadi mitra	Penentuan jadwal pengabdian masyarakat	Diskusi dengan mitra pengabdian masyarakat
3	Rabu, 16 Desember 2025	Tahap persiapan	Pembagian tugas untuk pengabdian masyarakat	Jadwal berbenturan dengan mahasiswa	Pembentukan group wa pengabdian masyarakat
4	Sabtu, 19 Desember 2025	Tahap perizinan	Surat kerjasama dengan mitra	Pihak mitra pengabdian masyarakat meminta surat kerjasama mitra	Pemantapan persiapan dan perizinan
5	Jumat-Minggu, 20-21 Desember 2025	Tahap pelaksanaan	Pengabdian masyarakat	Pengetahuan branding merek mitra pengabdian masyarakat belum tahu	Penyampaian materi, praktek dan evaluasi

