



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

# Transformasi Pemasaran Digital BUMDES Pengolahan Pakan Ikan Terapung Berbasis *Blue Economy* sebagai upaya peningkatan Produk Unggulan Desa

M Rasyidin <sup>1</sup>, M Saleh <sup>2</sup>, Dasril Azmi <sup>3</sup>, Muhammad Rizal <sup>4\*</sup>

<sup>1,2,3,4\*</sup> Program Studi Ekonomi Pembangunan,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim,  
Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

## Correspondence

<sup>4\*</sup> Program Studi Ekonomi Pembangunan,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim,  
Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.  
Email: muhammadrizal@umuslim.ac.id.

## Funding information

Universitas Almuslim.

## Abstract

The partner in this community service activity is BUMDES Malaka, a village-owned enterprise from Jangka Alue Bie that produces floating fish feed. BUMDES Malaka was established in 2016, and the management is elected by the community through a village deliberation forum. The main objective of establishing BUMDES Malaka is to meet the needs of fish farmers and provide an alternative solution for farmers to obtain cheaper and higher-quality fish feed, as previously, fish feed was sourced from outside the province at high prices. To enhance the partner's capacity, training in digital marketing, as well as improvements in management and production quality, are necessary. The methods used in this service activity include training and hands-on practice. The outcomes of this activity include an increase in the knowledge of BUMDES Malaka's management in the field of digital marketing and an improvement in the partner's capabilities in business management.

## Keywords

Digital Marketing; Blue Economy; BUMDES; Social Media.

## Abstrak

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah BUMDES Malaka adalah sebuah badan usaha milik Desa Jangka Alue Bie yang memproduksi pakan ikan terapung, BUMDES Malaka berdiri pada tahun 2016 Pengurus BUMG dipilih oleh masyarakat melalui forum musyawarah Desa. Tujuan utama didirikan BUMDES Malaka adalah untuk memenuhi kebutuhan petani tambak dan menjadi alternatif solusi bagi petani untuk memperoleh pakan ikan yang lebih murah dan berkualitas, karena selama ini untuk kebutuhan pakan ikan didatangkan dari luar provinsi dengan harga jual yang tinggi. Untuk meningkatkan level keberdayaan mitra, maka perlu dilatih pemasaran berbasis digital, peningkatan kualitas manajemen dan produksi. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah bentuk pelatihan dan praktik langsung. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan pengurus BUMDES Malaka dalam bidang digital marketing, dan meningkatnya kemampuan mitra dalam bidang manajemen usaha.

## Kata Kunci

Pemasaran Digital; Ekonomi Biru; BUMDES; Media Sosial.

## 1 | PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang semakin ketat pada era *revolusi industri 4.0* dan menuju *society 5.0*, yang menekankan integrasi teknologi digital di berbagai bidang bisnis, diperparah oleh pandemi COVID-19. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk menerapkan langkah strategis guna mempertahankan keberlangsungan usaha mereka. Pandemi COVID-19 telah menciptakan tantangan ekonomi yang signifikan, sehingga pelaku usaha perlu memikirkan ulang strategi bisnis dan sistem penjualan mereka (Fadly & Utama, 2020). Pemasaran berbasis digital menjadi salah satu strategi yang dapat diterapkan pasca-pandemi (Rizkina *et al.*, 2023). Teknologi digital telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan konsumen, memungkinkan komunikasi langsung melalui media sosial (Orinaldi, 2020). Selain itu, pemanfaatan teknologi digital memperluas akses pasar secara global (Avriyanti, 2021). Pemasaran digital memanfaatkan media elektronik untuk mempromosikan produk, dengan tujuan utama menarik pelanggan dan mendorong interaksi antara pemasar dan konsumen (Widayanti & Oktafia, 2021). Sistem digitalisasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat, memungkinkan mereka lebih mudah memilih produk yang sesuai kebutuhan (Avriyanti, 2021). Industri kelautan dan perikanan telah mengadopsi konsep *ekonomi biru*, sebagaimana dirancang dalam rencana pembangunan sektor kelautan dan perikanan tahun 2013-2025. Konsep ini mendukung inovasi berkelanjutan yang ramah lingkungan (Wiratma & Nurgiyanti, 2019). *Ekonomi biru* menekankan pemanfaatan sumber daya secara efisien tanpa merusak ekosistem (Prayuda *et al.*, 2019). Salah satu wilayah pesisir di Indonesia yang mengimplementasikan *ekonomi biru* adalah Desa Jangka Alue Bie, Aceh. Desa ini memiliki usaha pengolahan pakan ikan terapung yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Malaka, yang berdiri pada 2016. Tujuan utamanya adalah menyediakan pakan ikan berkualitas dengan harga terjangkau untuk petani tambak, mengurangi ketergantungan pada pasokan dari luar provinsi yang berbiaya tinggi. Proses produksi pakan ikan terapung mencakup empat tahap: penghalusan bahan baku, pengadukan, pencetakan pelet, dan pengemasan. Usaha ini dimulai dengan modal sebesar 150 juta rupiah dari Dana Desa, yang digunakan untuk membeli mesin dan mengirim pelatihan tenaga kerja. Pada tahun 2020, produksi meningkat dari 500 kg menjadi 1 ton per hari berkat bantuan alat dari pemerintah dan tenaga kerja terampil. Produk ini, yang dikenal dengan nama *Alue Bie Fish Feed*, menjadi alternatif lokal di Aceh, yang sebelumnya bergantung pada pakan dari Sumatra Utara. Namun, mitra menghadapi sejumlah kendala. Proses produksi masih menggunakan alat tradisional, seperti menjahit kemasan secara manual. Selain itu, manajemen keuangan belum optimal, dan desain kemasan kurang menarik. Pandemi COVID-19 pada tahun 2021 memperburuk situasi, dengan penjualan yang tidak sebanding dengan produksi. Pemasaran yang masih dilakukan secara tradisional hanya menjangkau pasar lokal membatasi potensi pertumbuhan usaha. Hal ini menyebabkan ketidakseimbangan antara pemasukan dan biaya operasional.

## 2 | METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jangka Alue Bie, Kecamatan Jangka, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh. Peserta yang terlibat dalam kegiatan ini berjumlah 20 orang, terdiri dari ketua dan anggota BUMDES Malaka sebanyak 15 orang, tiga dosen, dan dua mahasiswa Universitas Almuslim. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendampingan dan pelatihan yang terbagi dalam beberapa tahapan. Pada tahap persiapan dan sosialisasi, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan kepala desa untuk mendapatkan izin serta mengumpulkan pengurus BUMDES Malaka dan pekerja guna menyosialisasikan rencana kegiatan. Selanjutnya, pada tahap pelatihan, berbagai metode digunakan, termasuk pembelajaran, diskusi, dan tanya jawab, yang disampaikan secara lisan untuk menjelaskan maksud, tujuan, serta sasaran yang ingin dicapai. Kegiatan pelatihan meliputi beberapa aspek utama, yakni sosialisasi tentang konsep ekonomi biru yang bertujuan untuk memperkenalkan praktik usaha ramah lingkungan dalam produksi pakan ikan terapung. Pelatihan juga mencakup penggunaan teknologi tepat guna, seperti pengoperasian mesin jahit karung otomatis untuk meningkatkan efisiensi produksi. Selain itu, peserta mendapatkan pelatihan strategi pemasaran digital yang mencakup pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, pembuatan website, serta pelatihan pengelolaan website untuk meningkatkan penjualan produk. Di samping itu, dilakukan pelatihan manajemen usaha yang fokus pada pengelolaan keuangan agar peserta mampu menyusun laporan keuangan dengan baik. Pada tahap penerapan teknologi, website khusus untuk BUMDES Malaka dirancang dan digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Tahap pendampingan dilakukan dengan menyusun materi pelatihan, menyebarkan pre-test dan post-test, memberikan pelatihan lanjutan, serta melatih peserta melalui demonstrasi langsung. Keberlanjutan program direncanakan dengan penunjukan operator khusus untuk mengelola website, serta komitmen mitra dalam meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan berkelanjutan. Evaluasi program dilakukan setelah seluruh kegiatan selesai untuk memastikan bahwa program ini berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam manajemen usaha, pemasaran produk, serta memastikan kelancaran penggunaan website dalam transformasi digital BUMDES Malaka.

### 3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Hasil yang dicapai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut.

##### 3.1.1 Kegiatan Observasi

Tahapan persiapan pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan pada BUMDES Malaka melalui:

##### 1) Kunjungan Awal

Sebelum pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat, kunjungan awal pada mitra dilakukan untuk memetakan potensi permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan menyepakati permasalahan prioritas yang akan diselesaikan melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat.



Gambar 1. Kunjungan Awal pada BUMDES Malaka

Kunjungan awal pada mitra BUMDES Malaka dilakukan pada tanggal 10 September 2024. Berdasarkan kunjungan awal, telah ditetapkan tanggal untuk melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) pelaksanaan kegiatan pengabdian. Adapun hari dan tanggal yang telah disepakati antara tim pengabdian dan direktur BUMDES Malaka adalah pada hari Minggu tanggal 15 September 2024.

##### 2) *Focus Group Discussion* (FGD)

Pada tanggal 15 September 2024 telah dilaksanakan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pengurus BUMDES Malaka bertempat di lokasi mitra Desa Jangka Alue Bie Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, dalam FGD tersebut, disepakati beberapa permasalahan utama yang akan diselesaikan melalui kegiatan Pengabdian ini dalam bentuk pelatihan, praktik langsung dan membuat website untuk mendukung transformasi digital serta adanya bantuan bahan teknologi produksi pakan ikan terapung.



Gambar 2. FGD dengan pengurus BUMDES Malaka

##### 3.1.2 Tahap Pelaksanaan

##### 1) Sosialisasi Tentang Konsep Ekonomi Biru

Pada tanggal 28 September 2024 telah dilaksanakan kegiatan sosialisasi tentang konsep ekonomi biru pada mitra BUMDES Malaka. Kegiatan ini berlangsung di tempat usaha mitra di Desa Jangka Alue Bie Kecamatan Jangka

Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. Sosialisasi tentang konsep ekonomi biru ini dilaksanakan agar mitra mampu memahami pentingnya pemanfaatan semua sumber daya alam yang ramah lingkungan, tidak merusak lingkungan, dan meminimalisir timbunan sampah dalam memproduksi pakan ikan terapung oleh mitra.



Gambar 3. Sosialisasi Konsep Ekonomi Biru

Kegiatan sosialisasi tentang konsep ekonomi biru telah dilaksanakan selama satu hari penuh pada tanggal 28 September 2024, kegiatan ini diikuti oleh ketua, pengurus, dan anggota BUMDES Malaka sebanyak 18 orang, sedangkan narasumber dalam kegiatan ini adalah bapak M Rasyidin, SE., M.Sc yang merupakan ketua tim pelaksana pengabdian dan juga dosen universitas almuslim, kegiatan ini dibantu oleh mahasiswa yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian sebanyak 2 orang. Pada saat pelatihan dimulai, peserta diberikan pre-test dan post-test diberikan ketika sosialisasi selesai, tujuannya ialah agar dapat mengukur dan melakukan evaluasi yang lebih lanjut terhadap pelaksanaan kegiatan sosialisasi tentang konsep ekonomi biru. Setelah dilaksanakan sosialisasi tentang konsep ekonomi biru, diharapkan peserta mampu memahami tentang prinsip circular economy dengan mengurangi limbah dan memanfaatkan bahan baku yang lebih ramah lingkungan, seperti limbah organik, Selanjutnya Kegiatan sosialisasi mampu memberikan pemahaman dan memastikan bahwa produksi pakan ikan tidak merusak ekosistem perairan dan dapat dipertahankan untuk generasi mendatang, dan mengembangkan sumber pakan alternatif, seperti pakan berbasis tanaman atau mikroalga, untuk mengurangi ketergantungan pada sumber daya laut. Hasil dari kegiatan sosialisasi tentang konsep ekonomi biru pada mitra adalah : 1) seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan secara tatap muka. 2) adanya interaksi (tanya jawab) antara peserta dengan narasumber. 3) meningkatnya pengetahuan mitra mengenai pentingnya pemanfaatan semua sumber daya alam yang ramah lingkungan, tidak merusak lingkungan, dan meminimalisir timbunan sampah dalam usaha pakan ikan terapung.

#### 2) Pelatihan Peningkatan Kapasitas SDM dalam Penggunaan Teknologi dan Inovasi

Pada tanggal 24 September 2024 telah dilaksanakan kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas SDM dalam Penggunaan Teknologi Tepat Guna dalam bidang produksi pakan ikan terapung pada mitra BUMDES Malaka. Pelatihan berlangsung di tempat usaha mitra di Desa Jangka Alue Bie Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, Indonesia. Peningkatan Kapasitas SDM ini dilaksanakan agar mitra mampu mengoperasikan alat teknologi jahit karung otomatis yang akan mampu meningkatkan kapasitas produksi mitra. Kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas SDM dilaksanakan selama satu hari penuh pada tanggal 24 September 2024, kegiatan ini diikuti oleh ketua, pengurus, dan anggota BUMDES Malaka sebanyak 18 orang, sedangkan narasumber dalam kegiatan ini adalah bapak M Rasyidin, SE., M.Sc yang merupakan ketua tim pelaksana pengabdian dan juga dosen universitas almuslim, kegiatan ini juga turut dibantu oleh mahasiswa yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian sebanyak 2 orang. Kegiatan pelatihan ini lebih dominan pada praktik langsung dengan menggunakan mesin jahit karung, tujuannya adalah agar peserta mampu mengoperasikan langsung mesin jahit karung. Selama pelatihan berlangsung terdapat interaksi antara narasumber dengan peserta, dan pada saat pelatihan terdapat peserta yang belum mahir menggunakan alat teknologi tepat guna (TTG).



Gambar 4. Peningkatan Kapasitas SDM BUMDES Malaka

Hasil dari kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas SDM dalam Penggunaan Teknologi Tepat Guna pada mitra : 1) seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan secara tatap muka. 2) adanya interaksi (tanya jawab) antara peserta dengan narasumber. 3) meningkatnya pengetahuan mitra mengenai Penggunaan Teknologi Tepat Guna dalam bidang produksi.

### 3) Pelatihan Strategi Pemasaran Digital

Pada tanggal 26 September 2024 telah dilaksanakan kegiatan pelatihan pemasaran berbasis digital pada BUMDES Malaka. Pelatihan ini berlangsung pada tempat mitra di Desa Jangka Alue Bie Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. Pelatihan pemasaran berbasis digital ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra mengenai digital marketing agar peserta mampu memahami tentang digital marketing dan mampu meningkatkan konsumen dan mitra mampu melakukan promosi produk pakan ikan terapung melalui media sosial.



Gambar 5. Pelatihan Pemasaran Digital pada BUMDES Malaka

Kegiatan pelatihan pemasaran berbasis digital dilaksanakan selama satu hari penuh pada tanggal 26 September 2024, kegiatan ini diikuti oleh ketua, pengurus, dan anggota BUMDES Malaka sebanyak 18 orang, sedangkan narasumber dalam kegiatan ini adalah bapak M Saleh, SE.,M.Si dan Bapak Dasril Azmi, M.Kom selaku anggota tim pengabdian dan juga dosen universitas almuslim, kegiatan ini juga turut dibantu oleh mahasiswa yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian sebanyak 2 orang. Sebelum pelaksanaan pelatihan, peserta diberikan pretest dan setelah kegiatan pelatihan selesai peserta diberikan posttest, tujuannya adalah untuk mengukur pengetahuan peserta mengenai penguasaan materi tentang Pemasaran Digital. Selanjutnya pada saat pelatihan, peserta dibekali materi tentang pemasaran digital, yang meliputi cara membuat konten yang menarik di media sosial. Selanjutnya tim melatih SDM mitra UMKM Maju Sejahtera dalam pengelolaan website usaha untuk promosi produk, dan serta melatih BUMDES Malaka dalam penggunaan platform pemasaran digital, dan melakukan praktik langsung mengenai penggunaan media sosial beserta cara membuat konten-konten yang menarik untuk dapat memperluas jangkauan pemasaran produk. Hasil dari kegiatan Pelatihan digital marketing pada mitra BUMDES Malaka adalah : pertama, seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan secara tatap muka. Kedua, adanya interaksi (tanya jawab) antara peserta dengan narasumber. Ketiga, meningkatnya pengetahuan mitra mengenai digital marketing. Tim melatih mitra mengenai cara membuat konten pada media sosial yang menarik, dalam pelatihan ini materi yang disampaikan yaitu tentang analisa prospek usaha dimasa yang akan agar meningkatkan daya tarik calon konsumen di media sosial. Selama ini produk pakan ikan terapung yang di produksi oleh mitra BUMDES Malaka belum pernah melakukan pemasaran berbasis digital seperti memanfaatkan

berbagai media sosial, hal ini dikarenakan produk pakan ikan terapung yang diproduksi oleh mitra masih dilakukan pemasaran berbasis tradisional atau masih dijual ke pengumpul dan masyarakat sekitar, sehingga permintaan produk pakan ikan terapung tidak pernah meningkat, hal ini disebabkan oleh jangkauan pasar yang terbatas. Melalui pelatihan ini tim memberikan materi dan praktik langsung mengenai cara bagaimana membuat konten yang menarik agar dapat menarik calon konsumen di media sosial.

Setelah diberikan pendampingan dan pelatihan pemasaran berbasis digital, tim juga membuat website dan akun media sosial dan akun marketplace mitra BUMDES Malaka, tujuannya adalah agar dapat memaksimalkan pemasaran berbasis digital produk pakan ikan terapung yang di produksi mitra. Kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan materi tentang pemasaran digital, tetapi tim juga membantu mitra dalam membuat konten yang menarik dan inovatif untuk di upload pada media sosial sehingga dapat meningkatkan minat calon konsumen baru. Hasil dari kegiatan pelatihan digital marketing pada mitra BUMDES Malaka adalah : 1) seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan secara tatap muka. 2) adanya interaksi (tanya jawab) antara peserta dengan narasumber. 3) meningkatnya pengetahuan mitra mengenai digital marketing yang dapat meperluas jangkauan pemasaran produk pakan ikan terapung yang di produksi oleh mitra BUMDES Malaka.

#### 4) Pelatihan dan praktik manajemen usaha

Kegiatan pelatihan dan praktik manajemen usaha dilaksanakan pada tanggal 25 September 2024 di tempat mitra BUMDES Malaka Desa Jangka Alue Bie Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. Kegiatan ini diikuti oleh ketua, pengurus, dan anggota BUMDES Malaka sebanyak 18 orang, sedangkan narasumber dalam kegiatan ini adalah bapak M. Saleh, SE, M.Si selaku anggota tim pelaksana pengabdian, kegiatan ini melibatkan mahasiswa Universitas Almuslim sebanyak 2 orang sebagai tenaga pembantu selama pelaksanaan kegiatan pengabdian.



Gambar 6. Pelatihan manajemen usaha pada BUMDES Malaka

Kegiatan pelatihan ini meliputi diskusi dan tanya jawab, serta praktik langsung. Materi yang diberikan oleh narasumber yaitu tentang manajemen keuangan usaha, dan manajemen branding produk. Sebelum pelatihan dimulai peserta diberikan pretest dan setelah kegiatan pelatihan peserta diberikan posttest. Dalam pelaksanaan pelatihan pembekalan materi yang disampaikan tentang manajemen usaha, narasumber menekankan bahwa pentingnya mengelola manajemen usaha yang baik agar mampu menilai kinerja keuangan usaha, dan berdasarkan diskusi dengan pengurus BUMDES Malaka, selama ini keuangan usaha BUMDES Malaka Desa belum disusun dengan baik sesuai format laporan keuangan yang layak, sehingga sulit untuk mengetahui laba/rugi dalam usaha. Selanjutnya narasumber memberi pemahaman yang mendalam tentang pengelolaan keuangan usaha, dan melakukan demonstrasi pencatatan laporan keuangan usaha, tujuannya ialah agar peserta mampu memahami konsep pengelolaan usaha dan pengurus BUMDES Malaka mampu menyusun laporan keuangan usaha. Hasil dari kegiatan pelatihan dan praktik manajemen usaha pada BUMDES Malaka adalah: 1) seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan secara tatap muka. 2) adanya interaksi (tanya jawab) antara peserta dengan narasumber. 3) meningkatnya pengetahuan mitra mengenai manajemen usaha melalui pelatihan dan demonstrasi secara langsung yang diberikan oleh tim.

### 3.2 Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan pentingnya strategi pemasaran berbasis digital dalam meningkatkan daya saing produk lokal, terutama di masa pascapandemi COVID-19. Sebagaimana disampaikan oleh Widayanti dan Oktafia (2021), pemasaran digital memberikan peluang bagi BUMDes untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai produk melalui integrasi teknologi digital. Dalam kasus BUMDES Malaka, pelatihan pemasaran digital yang melibatkan pemanfaatan media sosial dan *marketplace* berhasil memberikan mitra kemampuan untuk memasarkan produk secara lebih efektif. Hal ini sejalan dengan penelitian Rizkina *et al.* (2023), yang menekankan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan kinerja pemasaran produk UMKM, terutama di era yang semakin

mengandalkan teknologi. Pelatihan penggunaan teknologi tepat guna, seperti mesin jahit karung otomatis, telah meningkatkan efisiensi produksi BUMDES Malaka. Sebelum adanya pelatihan, proses produksi dilakukan secara manual, sehingga membatasi kapasitas produksi. Dengan adanya teknologi ini, kapasitas produksi dapat ditingkatkan hingga dua kali lipat. Hal ini mencerminkan pentingnya inovasi dalam proses produksi sebagaimana diuraikan oleh Puspitasari *et al.* (2022), yang menyatakan bahwa transformasi digital dalam industri berbasis *blue economy* dapat meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha. Selain itu, penerapan konsep *ekonomi biru* dalam produksi pakan ikan terapung di BUMDES Malaka menunjukkan potensi besar dalam mendukung kelestarian lingkungan. Sebagaimana dijelaskan oleh Prayuda *et al.* (2019), *blue economy* menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya yang efisien dan ramah lingkungan. Dalam kegiatan ini, konsep tersebut diterapkan dengan meminimalkan limbah dan memanfaatkan bahan baku alternatif seperti dedak dan ampas tahu, yang tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga ekonomis. Martinez-Vázquez *et al.* (2021) menekankan bahwa keberhasilan penerapan *blue economy* bergantung pada inovasi berkelanjutan dan penggunaan teknologi yang mendukung keberlanjutan lingkungan.

Dalam hal manajemen usaha, pelatihan yang diberikan telah membantu mitra dalam menyusun laporan keuangan yang terstruktur. Sebelumnya, laporan keuangan tidak dibuat secara sistematis, sehingga sulit untuk mengevaluasi kinerja usaha. Fadly dan Utama (2020) menekankan bahwa manajemen keuangan yang baik merupakan komponen penting dalam mendukung keberhasilan pemasaran digital, karena memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi finansial usaha. Evaluasi awal dari kegiatan ini menunjukkan bahwa mitra mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan teknologi tepat guna yang telah diajarkan. Namun, keberlanjutan program menjadi tantangan tersendiri. Sebagaimana diungkapkan oleh Mega *et al.* (2022), keberlanjutan transformasi digital memerlukan komitmen dari mitra, terutama dalam hal pelatihan berkelanjutan dan monitoring rutin untuk memastikan bahwa teknologi yang diperkenalkan digunakan secara maksimal. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas BUMDES Malaka, baik dari segi produksi, manajemen, maupun pemasaran. Dengan integrasi teknologi digital dan penerapan prinsip *blue economy*, BUMDES Malaka dapat menjadi model bagi pengembangan usaha desa lainnya, seperti yang disarankan oleh Saleh *et al.* (2024). Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha berbasis digital dan ramah lingkungan merupakan langkah strategis untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan dan kompetitif di masa depan.

## 4 | KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil dilaksanakan, para peserta BUMDES Malaka sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan samapai dengan selesai. Kegiatan ini dapat meningkatkan keterampilan mitra dalam pemasaran berbasis digital serta adanya peningkatan kualitas produk mitra. Hasil yang telah dicapai dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pertama, seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan selama dua hari secara tatap muka langsung, kedua, adanya keinginan dari peserta pelatihan untuk memperdalam lebih lanjut tentang pemasaran digital. Selanjutnya tim pengabdian masyarakat akan melakukan evaluasi dan monitoring terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan, serta tindak lanjut kedepan dalam rangka mendukung BUMDES Malaka menjadi BUMDES yang mandiri.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan kegiatan Hibah dari DRTPM melalui skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PKM) tahun 2024. Kami mengucapkan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan ini, serta kepada LPPM dan Universitas Almuslim yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini. Dan kepada mitra kami mengucapkan terimakasih yang atas Kerjasama dalam pelaksanaan pengabdian.

## REFERENSI

- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 5(1), 60-74.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213-222. DOI: <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>.

- Martínez-Vázquez, R. M., Milán-García, J., & de Pablo Valenciano, J. (2021). Challenges of the Blue Economy: evidence and research trends. *Environmental Sciences Europe*, 33(1), 61.
- Mega, I., Wahib Muhaimin, A., & Pratiwi, D. (2022). Strategi sistem pemasaran dalam menghadapi society 5.0 (Studi kasus: BUMDes Sumber Sejahtera, Desa Pujon Kidul, Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(4), 1655–1670. DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.04.37>.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., ... & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital pada BUMDES Blulukang Gemilang. *Kumawula: jurnal pengabdian kepada masyarakat*, 4(1), 8-14.
- Orinaldi, M. (2020). Peran e-commerce dalam meningkatkan resiliensi bisnis di era pandemi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 4(2), 36-53.
- Prayuda, R. (2019). Strategi Indonesia dalam implementasi konsep Blue Economy terhadap pemberdayaan masyarakat pesisir di era masyarakat ekonomi Asean. *Indonesian Journal of International Relations*, 3(2), 46-64. DOI: <https://doi.org/10.32787/ijir.v3i2.90>.
- Puspitasari, D., Chasanah, A. N., & Wardhani, M. F. (2022). Peran Transformasi Digital dalam Industri Perikanan Berkelanjutan yang Berbasis Blue Economy di Desa Tlogoweru. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 2, No. 10).
- Rizkina, A., Isa, M. S., Muttaqim, H., & Rasyidin, M. (2023). Peningkatan kinerja pemasaran produk UMKM Mom N Me berbasis digital marketing pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(2), 379–384. DOI: <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i2.210>.
- Saleh, M., Rasyidin, M., Hamdani, & Afkar. (2024). Pemberdayaan UMKM kelapa gongseng Aceh melalui pemasaran berbasis digital dalam upaya menembus pasar global. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(1), 1–8. DOI: <https://doi.org/10.35870/jpni.v5i1.492>.
- Widayanti, R. E., & Oktafia, R. (2021). Strategi pemasaran berbasis online pada produk badan usaha milik desa (bumdes) “sukses bersama” desa sugihwaras kabupaten sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 242-252. DOI: [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6847](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6847).
- Wiratma, H. D., & Nurgiyanti, T. (2019). Pembangunan Pariwisata Kulon Progo Melalui Konsep Green Economy dan Blue Economy. *Nation State: Journal of International Studies*, 2(2), 161-172. DOI: <https://doi.org/10.24076/NSJIS.2019v2i2.164>.

How to cite this article: Rasyidin, M., Saleh, M., Azmi, D., & Rizal, M. (2024). Transformasi Pemasaran Digital BUMDES Pengolahan Pakan Ikan Terapung Berbasis Blue Economy sebagai upaya peningkatan Produk Unggulan Desa. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 576–583. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i3.398>.