



SOSIALISASI KONSEP RANTAI PASOK DAN LOGISTIK *LAST-MILE* DALAM PEMASARAN PRODUK BUMDES MELALUI MARKETPLACE DIGITAL

Asrul Fole¹⁾, Erniyani²⁾, Khoerun Nisa Safitri³⁾, Januar Kulsaputro⁴⁾

¹⁾Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Muslim Indonesia

²⁾Program Studi Rekayasa Industri, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

³⁾Program Studi Teknik Logistik, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ibnu Sina

⁴⁾Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

Email: asrulfole@umi.ac.id

ABSTRAK

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki peran strategis dalam mendorong perekonomian desa, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan rantai pasok dan logistik distribusi, khususnya pada tahap last-mile menuju konsumen akhir. Permasalahan tersebut berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan efisiensi pemasaran produk BUMDes. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas pengelola BUMDes Bumi Pacellekang, Kabupaten Gowa, dalam menerapkan konsep rantai pasok dan logistik last-mile melalui pemanfaatan marketplace digital. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, diskusi interaktif, simulasi pemetaan alur distribusi, serta pendampingan teknis secara partisipatif. Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test terhadap 30 peserta. Hasil menunjukkan peningkatan nilai rata-rata pemahaman dari 56,3% pada pre-test menjadi 80,1% pada post-test, dengan peningkatan signifikan pada seluruh indikator penilaian. Selain itu, 73% peserta mampu memetakan alur distribusi produk secara sistematis, dan 67% peserta mulai mengintegrasikan pemasaran produk melalui marketplace digital. Tingkat kepuasan peserta juga tinggi, dengan 88% menyatakan kegiatan sangat bermanfaat. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan PKM efektif dalam meningkatkan kesiapan BUMDes untuk memperluas akses pasar dan mendukung keberlanjutan usaha berbasis desa.

Kata Kunci: BUMDes, Rantai Pasok, Logistik Last-mile, Pemasaran Produk, Marketplace Digital.

ABSTRACT

Village-Owned Enterprises (BUMDes) play a strategic role in driving rural economic development; however, many still face limitations in supply chain management and distribution logistics, particularly in last-mile delivery to end consumers. These challenges restrict market reach and reduce the efficiency of product marketing. This Community Service Program (PKM) aimed to enhance the understanding and capacity of BUMDes Bumi Pacellekang managers in Gowa Regency to apply supply chain and last-mile logistics concepts through the utilization of digital marketplaces. The methods employed included socialization sessions, interactive discussions, distribution flow mapping simulations, and participatory technical assistance. Evaluation was conducted using pre-test and post-test instruments involving 30 participants. The results indicated a significant improvement in participants' average understanding, increasing from 56.3% in the pre-test to 80.1% in the post-test, with improvements observed across all assessment indicators. Furthermore, 73% of participants were able to systematically map product distribution flows, and 67% began integrating digital marketplaces into their product marketing activities. Participant satisfaction was high, with 88% stating that the program was highly beneficial. These findings demonstrate that the PKM activities were effective in strengthening BUMDes readiness to expand market access and support the sustainability of village-based enterprises.

Keywords: BUMDes, Supply Chain, Last-mile Logistics, Product Marketing, Digital Marketplace.

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa melalui pengelolaan potensi lokal secara produktif dan berkelanjutan (Azhari et al., 2023). Di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, BUMDes Bumi Pacellekang berperan dalam pengelolaan produk olahan pangan dan hasil usaha masyarakat desa. Namun demikian, data awal menunjukkan bahwa lebih dari 70% penjualan masih mengandalkan pemasaran konvensional, sehingga jangkauan pasar terbatas dan volume penjualan belum optimal (Humanika et al., 2023). Kondisi ini menegaskan urgensi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada penguatan sistem pemasaran dan distribusi (Erislan, 2025).

Perkembangan ekonomi digital dan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, yang mencapai 78,19% pada tahun 2023, membuka peluang besar bagi BUMDes untuk memanfaatkan marketplace digital sebagai saluran pemasaran (Prabowo et al., 2025). Namun, pemanfaatan platform digital tersebut membutuhkan kesiapan rantai pasok dan logistik *last-mile* yang memadai (Nur & Hura, 2024). Hasil observasi awal pada BUMDes Bumi Pacellekang menunjukkan bahwa sebagian besar pengelola belum memahami konsep rantai pasok terintegrasi dan distribusi ke konsumen akhir, sehingga potensi digitalisasi pemasaran belum dimanfaatkan secara optimal (Bramantyo & Yasin, 2025).

Kegiatan pengabdian ini merupakan hilirisasi dari hasil penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya integrasi supply chain management dan logistik *last-mile* dalam meningkatkan daya saing UMKM dan usaha berbasis desa (Suhada et al., 2024). Studi empiris dalam sepuluh tahun terakhir menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan pengelolaan rantai pasok secara terstruktur mampu meningkatkan efisiensi distribusi hingga 30–40% (Dzaki et al., 2025; Kusriani et al., 2020; Mail et al., 2019). Oleh karena itu, implementasi hasil penelitian tersebut diwujudkan dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan kepada pengelola BUMDes sebagai inovasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Kartini et al., 2025).

Permasalahan faktual yang dihadapi BUMDes Bumi Pacellekang meliputi rendahnya literasi digital, belum adanya pemetaan alur distribusi produk, serta keterbatasan pemahaman mengenai logistik *last-mile* (Ha et al., 2023; Suhada et al., 2024). Berdasarkan hasil wawancara awal, sebanyak 65% pengelola BUMDes belum pernah menggunakan marketplace digital sebagai saluran pemasaran utama. Selain itu, proses pengiriman produk masih bersifat *ad hoc* tanpa perencanaan logistik yang jelas, yang berdampak pada tingginya biaya distribusi dan potensi ketidakpuasan konsumen (Galih & Sukmadewi, 2024).

Masalah tersebut berkaitan langsung dengan kebutuhan peningkatan kapasitas pengelola BUMDes dalam mengelola rantai pasok dan pemasaran digital (Matondang et al., 2025). Target kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis dalam memetakan alur distribusi produk hingga konsumen akhir (Damayanti, 2025). Luaran yang diharapkan mencakup peningkatan skor pemahaman peserta, kemampuan menyusun alur rantai pasok, serta adopsi marketplace digital sebagai saluran pemasaran. Pendekatan ini diharapkan mampu mendukung keberlanjutan usaha BUMDes secara sistemik (Hasdiana et al., 2025; Sjoen et al., 2025).

Kajian literatur mutakhir menunjukkan bahwa logistik *last-mile* merupakan komponen paling krusial dalam e-commerce, dengan kontribusi biaya mencapai 53% dari total biaya logistik (Andrei et al., 2024; Suhada et al., 2024). Beberapa program pengabdian sebelumnya telah berfokus pada pelatihan digital marketing bagi UMKM, namun sebagian besar belum mengintegrasikan aspek rantai pasok dan distribusi secara komprehensif (Hasdiana et al., 2025; Matondang et al., 2025). Oleh karena itu, kegiatan PKM ini memperkaya pendekatan yang ada

dengan menggabungkan konsep supply chain, logistik *last-mile*, dan marketplace digital dalam konteks BUMDes (Andrei et al., 2024; Ha et al., 2023).

Berdasarkan kondisi dan kajian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mensosialisasikan konsep rantai pasok dan logistik *last-mile* serta meningkatkan kapasitas pengelola BUMDes Bumi Pacellekang dalam pemasaran produk melalui marketplace digital. Dengan dukungan kajian literatur primer dan bukti empiris, kegiatan ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif agar mudah diterapkan dan berkelanjutan. Diharapkan, kegiatan ini dapat menjadi model pengabdian yang aplikatif dalam mendukung transformasi ekonomi desa berbasis digital.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode sosialisasi dan pendampingan. Mitra kegiatan adalah BUMDes Bumi Pacellekang, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, yang dipilih berdasarkan tingkat kebutuhan penguatan pemasaran dan kesiapan kelembagaan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, pre-test dan post-test. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan PKM sebagai berikut:

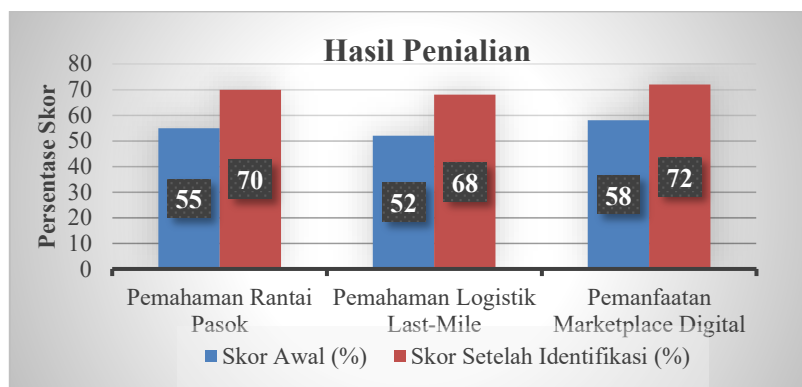
1. Identifikasi mitra dan analisis kebutuhan, dilakukan observasi dan wawancara dengan pengelola BUMDes Bumi Pacellekang untuk mengidentifikasi kondisi usaha, sistem pemasaran, dan alur distribusi produk, serta menentukan kebutuhan peningkatan pemahaman rantai pasok, logistik *last-mile*, dan pemanfaatan marketplace digital.
2. Perancangan materi dan desain kegiatan, materi disusun berdasarkan analisis kebutuhan dan kajian literatur terkait supply chain, logistik *last-mile*, dan pemasaran digital, dengan desain kegiatan meliputi penyampaian konsep, studi kasus BUMDes, simulasi distribusi, serta penggunaan modul dan contoh marketplace.
3. Pelaksanaan sosialisasi dan diskusi interaktif, sosialisasi dilakukan melalui pemaparan materi secara tatap muka yang dilanjutkan diskusi interaktif, mendorong peserta mengidentifikasi permasalahan distribusi produk dan merumuskan solusi berbasis konsep rantai pasok dan logistik *last-mile* secara partisipatif.
4. Simulasi dan pendampingan teknis, peserta melakukan simulasi pemetaan alur distribusi produk dari produsen hingga konsumen akhir, disertai pendampingan teknis integrasi distribusi dengan marketplace digital untuk meningkatkan keterampilan praktis dalam pengelolaan pemasaran dan logistik produk BUMDes.
5. Evaluasi dan analisis data, evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, dianalisis secara deskriptif kuantitatif, serta didukung kuesioner kepuasan guna menilai efektivitas, relevansi, dan kebermanfaatan kegiatan PKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Mitra dan Analisis Kebutuhan

Tahap identifikasi mitra dan analisis kebutuhan dilakukan melalui observasi lapangan serta wawancara mendalam dengan pengelola BUMDes Bumi Pacellekang. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa aktivitas usaha BUMDes masih didominasi pemasaran konvensional dan belum didukung sistem rantai pasok yang terstruktur. Alur distribusi produk belum

terdokumentasi dengan baik, sehingga proses pengiriman bersifat situasional dan belum memperhatikan efisiensi logistik last-mile secara optimal.



Gambar 1. Hasil Penilaian Identifikasi Awal dan Analisis Kebutuhan

Berdasarkan gambar 1 diatas, proses identifikasi mitra dan analisis kebutuhan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman awal peserta pada seluruh aspek yang dinilai. Pemahaman terhadap rantai pasok meningkat dari 55% menjadi 70%, sementara pemahaman mengenai logistik last-mile mengalami kenaikan dari 52% menjadi 68%. Selain itu, pemahaman terkait pemanfaatan marketplace digital meningkat dari 58% menjadi 72%, yang menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pengelola BUMDes terhadap pentingnya saluran pemasaran digital dalam mendukung distribusi produk.

Secara keseluruhan, hasil tahap identifikasi mitra dan analisis kebutuhan menegaskan bahwa BUMDes Bumi Pacellekang memerlukan intervensi berupa sosialisasi dan pendampingan terstruktur terkait konsep rantai pasok dan logistik last-mile. Peningkatan skor pemahaman awal tersebut menjadi dasar yang kuat dalam merancang materi, metode, dan strategi pelaksanaan kegiatan PKM pada tahap selanjutnya agar lebih tepat sasaran dan aplikatif.

2. Perancangan Materi dan Desain Kegiatan

Perancangan materi dan desain kegiatan PKM disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan mitra serta didukung kajian literatur mutakhir terkait supply chain management, logistik last-mile, dan pemasaran digital berbasis marketplace. Tahap identifikasi sebelumnya menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis pengelola BUMDes Bumi Pacellekang, khususnya dalam pemetaan alur distribusi dan integrasi pemasaran digital. Oleh karena itu, materi dirancang secara kontekstual dan aplikatif melalui penyampaian konsep inti, studi kasus BUMDes, serta simulasi distribusi produk yang diperkuat dengan modul sederhana dan demonstrasi penggunaan marketplace digital. Pendekatan terpadu melalui ceramah, diskusi, dan simulasi ini bertujuan meningkatkan efektivitas transfer pengetahuan sekaligus kesiapan peserta dalam mengimplementasikan konsep rantai pasok dan logistik last-mile pada aktivitas pemasaran produk BUMDes.

Tabel 1. Perancangan Materi dan Desain Kegiatan PKM

Komponen Materi	Fokus Pembahasan	Metode Penyampaian	Output yang Diharapkan
Konsep Rantai Pasok	Alur distribusi, peran aktor, efisiensi biaya	Ceramah dan diskusi	Pemahaman struktur rantai pasok BUMDes

Komponen Materi	Fokus Pembahasan	Metode Penyampaian	Output yang Diharapkan
Logistik Last-Mile	Distribusi ke konsumen akhir, tantangan lapangan	Studi kasus dan diskusi	Kesadaran pentingnya last-mile logistics
Marketplace Digital	Platform, alur transaksi, pemasaran produk	Demonstrasi dan simulasi	Kemampuan dasar penggunaan marketplace
Simulasi Alur Distribusi	Pemetaan distribusi produk BUMDes	Praktik langsung	Peta alur distribusi produk

Berdasarkan Tabel 1, perancangan materi dan desain kegiatan diarahkan untuk menjawab kebutuhan utama mitra secara terintegrasi. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman peserta secara bertahap, mulai dari konsep dasar hingga penerapan praktis. Dengan desain kegiatan yang sistematis dan berbasis kebutuhan, tahap ini menjadi fondasi penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan pada tahap selanjutnya.

3. Pelaksanaan Sosialisasi dan Diskusi Interaktif

Pelaksanaan sosialisasi diawali dengan pemaparan materi utama yang telah dirancang pada tahap sebelumnya, meliputi konsep dasar rantai pasok, logistik last-mile, dan pemanfaatan marketplace digital. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan mengaitkan konsep teoritis pada kondisi nyata yang dihadapi BUMDes Bumi Pacellekang. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terlihat dari keterlibatan aktif dalam sesi tanya jawab serta respons terhadap contoh kasus distribusi dan pemasaran produk desa yang disampaikan oleh fasilitator.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi interaktif yang merujuk pada materi studi kasus BUMDes dan simulasi alur distribusi sebagaimana tercantum dalam tabel perancangan materi. Pada sesi ini, pelaku BUMDes secara partisipatif mengidentifikasi permasalahan distribusi produk, seperti keterbatasan jaringan pengiriman dan tingginya biaya logistik. Antusiasme peserta tercermin dari kemampuan mereka mengemukakan pengalaman usaha dan mendiskusikan alternatif solusi berbasis konsep rantai pasok dan logistik last-mile.



Gambar 3. Proses Pemaparan Materi dan Diskusi

Pada tahap akhir, diskusi difokuskan pada perumusan solusi praktis yang dapat diterapkan melalui integrasi pemasaran produk BUMDes dengan marketplace digital. Peserta aktif mengeksplorasi peluang penggunaan platform digital sebagai saluran pemasaran dan distribusi yang lebih luas. Tingginya partisipasi dan interaksi selama kegiatan menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan pelaku BUMDes, serta mampu meningkatkan motivasi dan kesiapan mereka dalam mengimplementasikan konsep yang diperoleh pada kegiatan PKM.

4. Simulasi dan Pendampingan Teknis

Tahap simulasi dan pendampingan teknis dilaksanakan sebagai tindak lanjut dari sosialisasi dan diskusi interaktif yang telah dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, peserta secara aktif melakukan simulasi pemetaan alur distribusi produk BUMDes Bumi Pacellekang, mulai dari proses produksi, penyimpanan, pengemasan, hingga pengiriman ke konsumen akhir. Simulasi dilakukan dengan mengacu pada permasalahan nyata yang telah diidentifikasi, sehingga peserta dapat memahami keterkaitan antara konsep rantai pasok dan praktik distribusi produk secara langsung.



Gambar 4. Proses simulasi dan pendampingan

Pendampingan teknis difokuskan pada integrasi alur distribusi dengan pemanfaatan marketplace digital sebagai saluran pemasaran dan transaksi. Peserta didampingi dalam memahami alur pemesanan, pengelolaan stok, penentuan jasa pengiriman, serta estimasi biaya

logistik last-mile. Antusiasme peserta terlihat dari keterlibatan aktif dalam praktik simulasi dan diskusi teknis, terutama saat mengaitkan penggunaan marketplace dengan efisiensi distribusi dan peningkatan akses pasar produk BUMDes.



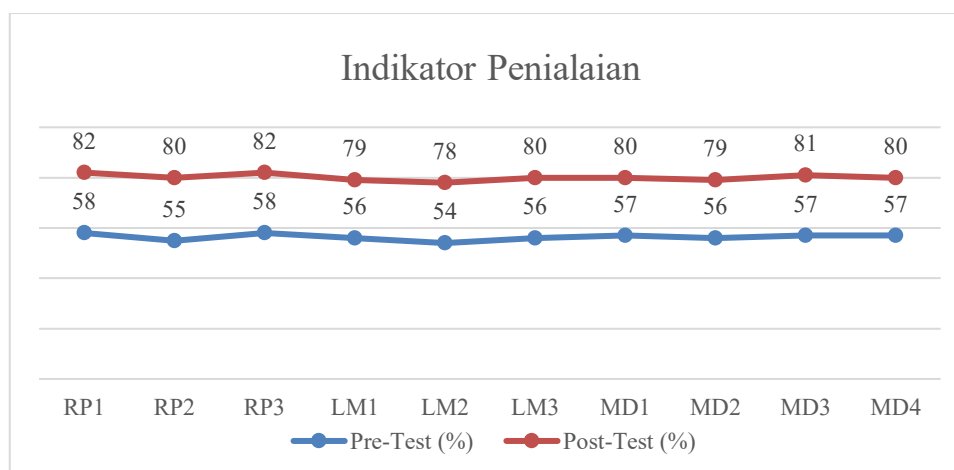
Gambar 5. Kegiatan PKM

Melalui simulasi dan pendampingan teknis ini, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga meningkatkan keterampilan praktis dalam mengelola pemasaran dan logistik produk BUMDes secara lebih terstruktur. Kegiatan ini memperkuat kesiapan pengelola BUMDes untuk mengimplementasikan hasil sosialisasi pada kegiatan operasional sehari-hari, serta menjadi tahapan penting dalam mendorong adopsi pemasaran digital yang berkelanjutan.

5. Hasil Evaluasi dan Analisis Data

Evaluasi kegiatan PKM dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan sosialisasi, simulasi, dan pendampingan teknis dalam meningkatkan pemahaman pengelola BUMDes Bumi Pacellekang. Instrumen evaluasi yang digunakan berupa pre-test dan post-test yang diberikan kepada seluruh peserta sebelum dan setelah kegiatan berlangsung. Data hasil pengukuran dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan membandingkan nilai rata-rata, sehingga dapat menggambarkan perubahan tingkat pemahaman peserta terhadap materi rantai pasok, logistik last-mile, dan pemasaran digital.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan setelah peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan PKM. Peningkatan nilai post-test mencerminkan keberhasilan metode pembelajaran yang diterapkan, khususnya melalui pendekatan aplikatif dan partisipatif. Perbandingan nilai rata-rata pre-test dan post-test pada masing-masing indikator memberikan gambaran empiris mengenai dampak kegiatan terhadap peningkatan kapasitas peserta. Visualisasi perbandingan tersebut disajikan dalam bentuk grafik pada gambar berikut untuk memperjelas tren peningkatan yang terjadi..



Gamabar 6. Hasil Evaluasi Berdasarkan Pre-Test Dan Post-Test

Berdasarkan gambar 6 diatas, hasil evaluasi, terjadi peningkatan pemahaman peserta yang signifikan setelah pelaksanaan kegiatan PKM. Nilai rata-rata pre-test sebesar 56,3% menunjukkan bahwa pemahaman awal pengelola BUMDes terhadap konsep rantai pasok, logistik last-mile, dan marketplace digital masih berada pada kategori sedang. Setelah sosialisasi, diskusi interaktif, serta simulasi dan pendampingan teknis, nilai rata-rata post-test meningkat menjadi 80,1%, dengan peningkatan keseluruhan mencapai 42,3%. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator *Peran aktor dalam rantai pasok* (RP2) sebesar 25%, yang menunjukkan efektivitas penyampaian materi berbasis studi kasus dan diskusi partisipatif.

Secara spesifik, indikator logistik last-mile dan marketplace digital juga menunjukkan peningkatan yang konsisten, masing-masing berada pada rentang 23–24%. Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan pembelajaran aplikatif melalui simulasi alur distribusi dan praktik penggunaan marketplace mampu meningkatkan keterampilan praktis peserta, tidak hanya pemahaman konseptual. Dengan demikian, hasil evaluasi ini menegaskan bahwa desain kegiatan PKM yang integratif dan kontekstual berhasil meningkatkan kapasitas pengelola BUMDes dalam mengelola distribusi dan pemasaran produk secara lebih efektif dan berkelanjutan.

6. Implikasi dan Pengembangan Kegiatan Lanjutan

Hasil kegiatan PKM ini memiliki implikasi penting terhadap penguatan kapasitas pengelola BUMDes dalam mengelola rantai pasok dan logistik last-mile berbasis marketplace digital. Peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta menunjukkan bahwa pendekatan sosialisasi dan pendampingan partisipatif efektif sebagai strategi peningkatan daya saing usaha desa. Implikasi praktisnya adalah meningkatnya kesiapan BUMDes untuk mengoptimalkan distribusi produk dan memperluas akses pasar secara berkelanjutan.

Untuk menjamin keberlanjutan dampak kegiatan, diperlukan pengembangan kegiatan lanjutan yang lebih terfokus pada aspek implementasi operasional. Kegiatan berikutnya direkomendasikan berupa pendampingan intensif dalam penyusunan *standar operasional prosedur* (SOP) distribusi, integrasi sistem pemesanan marketplace dengan logistik lokal, serta pelatihan pengelolaan data penjualan dan pengiriman. Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah desa, penyedia jasa logistik, dan platform marketplace perlu diperkuat agar ekosistem distribusi produk BUMDes dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berupa sosialisasi konsep rantai pasok dan logistik last-mile dalam pemasaran produk BUMDes melalui marketplace digital telah berjalan efektif dan memberikan dampak positif bagi pengelola BUMDes Bumi Pacellekang, Kabupaten Gowa. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan, ditandai dengan kenaikan nilai rata-rata dari 56,3% pada pre-test menjadi 80,1% pada post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 23,8 poin persentase. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator, khususnya pemahaman konsep rantai pasok, efisiensi logistik last-mile, dan integrasi marketplace digital dalam distribusi produk. Pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, diskusi interaktif, simulasi, dan pendampingan teknis terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis peserta. Dengan demikian, kegiatan PKM ini berkontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas pengelola BUMDes dalam mengelola distribusi dan pemasaran produk desa secara lebih terstruktur, efisien, dan berorientasi pada perluasan pasar digital.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar program PKM selanjutnya difokuskan pada pendampingan implementatif, seperti penyusunan *standar operasional prosedur* (SOP) distribusi, integrasi sistem marketplace dengan logistik lokal, serta pelatihan pengelolaan data penjualan. Selain itu, diperlukan kolaborasi berkelanjutan dengan pemerintah desa dan mitra logistik untuk memastikan optimalisasi pemasaran produk BUMDes secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrei, N., Scarlat, C., & Ioanid, A. (2024). Transforming E-Commerce Logistics: Sustainable Practices through Autonomous Maritime and Last-Mile Transportation Solutions. *Logistics*, 8(3), 71. <https://doi.org/10.3390/logistics8030071>
- Nur, A., & Hura, B. K. (2024). Revolusi Logistik di Era Digital: Evaluasi Penggunaan Big Data di Industri Logistik. *Journal Of Informatics And Busisnes*, 2(3), 443–453. <https://doi.org/10.47233/jibs.v2i3.1778>
- Azhari, A., . Mustofa, M., Meisari, E. D., & Setia Anggarista, E. T. (2023). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Melalui Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(2), 82–92. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v14i2.3392>
- Bramantyo, D., & Yasin, M. (2025). Digitalisasi Rantai Pasok dan Efeknya terhadap Efisiensi Produksi dalam Sektor Industri. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(4), 110–112. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v3i4.3675>
- Damayanti, V. (2025). Strategi Pemasaran Berkelanjutan Untuk Meningkatkan Daya Saing Pt. Sun Power Ceramics Di Era Digital : Pendekatan Inovatif Dan Praktis. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 18–45. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.4872>
- Dzaki, M. R., Zakia Fr, N. B., Armedha, F., & Apirandi, M. C. (2025). Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasok Pada UMKM F&B. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), 1279–1283. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i1.12674>
- Erislan, E. (2025). Pemberdayaan Pelaku UMKM di Kabupaten Bandung melalui Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 5(2), 455–465. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v5i2.1471>

- Galih, S. A. M., & Sukmadewi, R. (2024). Optimalisasi Alur Distribusi: Memperlancar Efisiensi Melalui Daftar Harga Pengiriman Dan Moda Transportasi Yang Strategis. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 11(1), 77–86. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v11i1.5263>
- Ha, N. T., Akbari, M., & Au, B. (2023). Last mile delivery in logistics and supply chain management: a bibliometric analysis and future directions. *Benchmarking: An International Journal*, 30(4), 1137–1170. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2021-0409>
- Hasdiana, H., Ayu Paradiba Guntur, & Nirwana Sampara. (2025). Pemetaan Potensi Desa Dan Inovasi Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Bumdes Melalui Konsep Asset Based Community Development Di Desa Cemba Kabupaten Enrekang. *Decision : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 388–394. <https://doi.org/10.31850/decision.v6i2.4084>
- Humanika, E., Trisusilo, A., & Setiawan, R. F. (2023). Peran Bumdes (Badan Usaha Milik Desa) Dalam Pencapaian SDGs Desa. *Agrifo : Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(2), 101. <https://doi.org/10.29103/ag.v8i2.14827>
- Kartini, T., Asmin, E. A., Gemina, D., & Hutomo, Y. P. (2025). Pemberdayaan Digitalisasi UMKM sebagai Anggota Koperasi Desa Merah Putih dalam Meraih Keberhasilan Usaha. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 591–612. <https://doi.org/10.56013/jak.v5i2.4610>
- Kusrini, E., Safitri, K. N., & Fole, A. (2020). Design key performance indicator for distribution sustainable supply chain management. *2020 International Conference on Decision Aid Sciences and Application (DASA)*, 738–744. <https://doi.org/10.1109/DASA51403.2020.9317289>
- Mail, A., Chairany, N., & Fole, A. (2019). Evaluation of Supply Chain Performance through Integration of Hierarchical Based Measurement System and Traffic Light System: A Case Study Approach to Iron Sheet Factory. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(5), 79–85. <https://doi.org/10.59160/ijscm.v8i5.2584>
- Matondang, K. A., Rosni, S., Laia, A., Sanjaya, A., Siagian, R. A., Simamora, A. O., Ekonomi, I., Ekonomi, F., Kunci, K., Digital, T., Pasok, R., Operasional, E., Kecil, I., Menengah, D., & Daya, S. (2025). Peran Transformasi Digital dalam Meningkatkan Efektivitas Rantai Pasok: Tinjauan Empiris dan Strategis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 8154–8159. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3030>
- Prabowo, R., Budiwati, N., Nuriansyah, F., Hilmiatussadiah, K. G., Ardiansyah, H., Maulana, C., & Setiawan, A. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Perkembangan Usaha Pelaku UMKM di Desa Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 169–182. <https://doi.org/10.51622/pengabdian.v6i1.2650>
- Sjioen, A. E., Sulistyaningsih, E., Arwin, Nuralam, & Jemadi. (2025). Optimalisasi Media Sosial dan Marketplace Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9046–9055. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3324>
- Suhada, A. K., Joyodiharjo, B. J., & Sulistyaningtyas, T. (2024). Logistics Process of Last Mile Package Delivery Facilities. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(5), 1389–1398. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i5.22132>