

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA BUMDES MEKAR SEJAHTERA DENGAN CRITICAL SUCCESS FAKTOR DAN VALUE CHAIN

Reza Kurnia Lesmana¹, Suendri²

^{1,2} Jurusan Sistem Informasi Fakultas Teknologi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Jl. Lap. Golf No.120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara

¹ rezakurnia201m@gmail.com

² suendri@gmail.com

Abstract

The implementation of Digital Marketing in Village-Owned Enterprises (BUMDes) Mekar Sejahtera aims to improve marketing performance and business competitiveness through the implementation of Critical Success Factors (CSF) and Value Chain. The study identifies and analyzes the key elements that influence the successful implementation of digital marketing strategies, as well as integrating them in a structured framework. In this study, data collection was carried out using two types of data: primary data and secondary data. Primary data was obtained through direct interviews and surveys with managers of Mekar Sejahtera BUMDes, while secondary data was obtained through analysis of relevant literature and similar case studies from other BUMDes that have implemented digital marketing. The research method used in this study is a qualitative method, which is a research approach used to understand social phenomena in a deep and descriptive way, focusing on the meaning contained in it. The results of the study show that there are several important factors that greatly affect the success of digital marketing in BUMDes Mekar Sejahtera, including: adequate technological infrastructure, competent human resources, effective content management, and appropriate promotion strategies. In addition, the integration of the value chain, starting from raw material procurement, production, distribution, to customer service, also plays an important role in improving the efficiency and effectiveness of digital marketing. The implementation of good digital marketing can increase the visibility of BUMDes Mekar Sejahtera products, expand market reach, and increase sales. However, the challenges faced include budget constraints, resistance to change, and the need for ongoing training for managers. Therefore, strategic recommendations include the development of adequate digital infrastructure, increasing the capacity of human resources through training and mentoring, and strengthening collaboration with external parties such as the government and the private sector. This study concludes that the application of CSF and Value Chain in the development of digital marketing in BUMDes Mekar Sejahtera can have a significant positive impact, as long as it is carried out with careful planning and consistent execution. This research is expected to be a reference for other BUMDes in adopting effective and sustainable digital marketing strategies.

Keywords: Critical Success Factor, Value Chain, Digital Marketing.

I. PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara berbisnis dan berkomunikasi. Menurut Suendri, Penggunaan komputer telah jauh mengalami kemajuan dari sekedar teknologi alat hitung hingga pengambilan keputusan[1]. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menciptakan peluang baru bagi pengembangan usaha, termasuk bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Teknologi digital memungkinkan akses pasar yang lebih luas, efisiensi operasional, dan inovasi produk atau layanan[2]. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku

usaha dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan usahanya.

Penggunaan teknologi digital dalam bisnis dikenal dengan istilah digital marketing. Digital marketing mencakup berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui internet, seperti penggunaan media sosial, website, email marketing, dan iklan online[3]. Digital marketing memungkinkan interaksi yang lebih personal dan langsung dengan konsumen, serta memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap perilaku konsumen melalui data yang dikumpulkan secara digital[4].

BUMDes Mekar Sejahtera merupakan Badan Usaha Milik Desa yang didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengelolaan dan

pengembangan potensi lokal. BUMDes ini berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi desa dengan berbagai unit usaha yang dimiliki, seperti unit perdagangan, jasa, dan produksi[5]. BUMDes Mekar Sejahtera berupaya untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal.

Namun, dalam perjalanannya, BUMDes Mekar Sejahtera menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran produk dan layanan. Persaingan yang semakin ketat dan keterbatasan akses pasar menjadi hambatan utama yang menghalangi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha[6]. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing BUMDes Mekar Sejahtera, salah satunya melalui pengembangan sistem digital marketing.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh BUMDes Mekar Sejahtera dalam mengembangkan digital marketing antara lain banyak pengelola BUMDes yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam penggunaan teknologi digital untuk pemasaran, keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital seperti internet yang stabil dan perangkat teknologi yang memadai menjadi hambatan dalam implementasi digital marketing, minimnya sumber daya keuangan dan kurangnya pemahaman tentang pasar digital.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan pendekatan yang terstruktur dan komprehensif. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah dengan mengidentifikasi Critical Success Factors (CSF) dan memanfaatkan konsep Value Chain dalam pengembangan sistem digital marketing BUMDes Mekar Sejahtera[7].

Ada alasan kenapa dibuatnya digital marketing dengan critical success factor dan value chain. CSF adalah faktor-faktor kunci yang jika dikelola dengan baik akan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Dalam konteks BUMDes Mekar Sejahtera, CSF yang telah diidentifikasi seperti infrastruktur teknologi yang memadai, sumber daya manusia yang kompeten, manajemen konten yang efektif, dan strategi promosi yang tepat adalah hal-hal yang harus menjadi fokus utama. Value Chain adalah rangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Dalam konteks BUMDes, value chain mencakup mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, hingga layanan pelanggan. Masing-masing tahap dalam value chain ini dapat dioptimalkan dengan digitalisasi[8].

Penelitian sebelumnya tentang penggunaan Critical Success Factors (CSF) Dengan Value Chain yang berjudul “Analisis Perancangan Sistem Informasi Pada Waralaba Teknos Citragran Sebagai Media Promosi Bisnis Menggunakan Metode Analisis SWOT, Analisis Value Chain dan Analisis Critical Success Factors (CSF ‘ S)” oleh Rio Rinaldy menyimpulkan bahwa penggunaan Critical Success Factors dengan Value Chain dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan serta peluang yang ada, mengatasi kelemahan, dan mengelola ancaman dengan lebih baik. Implementasi sistem informasi yang terintegrasi dan strategi pemasaran yang efektif dapat membantu Waralaba Teknos Citragran dalam mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan daya saing di pasar[9].

Dengan penjabaran tersebut peneliti mengangkat sebuah penelitian dengan judul “Implementasi Digital

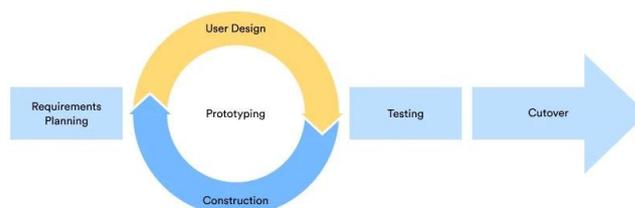
Marketing Pada Bumdes Mekar Sejahtera Dengan CSF (Critical Success Factor) Dan Value Chain”. Dengan menerapkan pendekatan ini, diharapkan BUMDes dapat meningkatkan daya saingnya di pasar digital, memperluas jangkauan pasarnya, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Pengembangan sistem digital marketing yang efektif akan memberikan nilai tambah bagi BUMDes dan membantu mencapai tujuan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat desa[10].

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial dengan cara mendalam dan deskriptif, dengan fokus pada makna yang terkandung di dalamnya[11]. Adapun tahapan dari penelitian kualitatif ini yaitu observasi, wawancara narasumber, studi pustaka, perancangan sistem, perancangan tampilan antarmuka, dan implementasi sistem.

A. Metode Pengembangan

Metode pengembangan sistem yang akan digunakan dalam proyek ini adalah Rapid Application Development (RAD). RAD adalah pendekatan pengembangan perangkat lunak yang berfokus pada pengembangan prototipe yang dapat dikembangkan dengan cepat dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna[12].



Gambar 1. Metode Pengembangan Sistem RAD

Adapun beberapa langkah utama dalam model pengembangan aplikasi RAD[13] :

1. Perencanaan kebutuhan, yaitu tahap awal dalam suatu pengembangan sistem, dimana pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah dan pengumpulan data yang diperoleh dari pengguna atau stakeholder pengguna yang bertujuan untuk mengidentifikasi maksud akhir atau tujuan dari sistem dan kebutuhan informasi yang diinginkan. Pada tahap ini keterlibatan kedua belah sangatlah penting dalam mengidentifikasi kebutuhan untuk pengembangan suatu sistem[8].
2. Desain Sistem, pada tahapan ini dilakukan proses desain dan proses perbaikan desain secara berulang-ulang apabila masih terdapat ketidaksesuaian desain terhadap kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi pada tahapan sebelumnya. Keluaran dari tahapan ini adalah spesifikasi software yang meliputi organisasi di dalam sistem secara umum, struktur data, dan lain-lain[14].
3. Pengembangan, pada desain sistem yang telah dibuat dan disepakati, diubah ke dalam bentuk aplikasi versi beta sampai dengan versi final. Pada tahapan ini juga programmer harus terus-menerus melakukan kegiatan pengembangan dan integrasi dengan bagian-bagian

lainnya sambil terus mempertimbangkan feedback dari pengguna atau klien. Jika proses berjalan lancar maka dapat berlanjut ke tahapan berikutnya, sedangkan jika aplikasi yang dikembangkan belum menjawab kebutuhan, programmer akan kembali ke tahapan desain sistem[15].

- Implementasi, yaitu tahapan dimana programmer menerapkan desain dari suatu sistem yang telah disetujui pada tahapan sebelumnya. Sebelum sistem diterapkan, terlebih dahulu dilakukan proses pengujian terhadap program untuk mendeteksi kesalahan yang ada pada sistem yang dikembangkan. Pada tahap ini biasa memberikan tanggapan akan sistem yang sudah dibuat dan mendapat persetujuan mengenai sistem tersebut[16].

Metode kualitatif seperti observasi, wawancara, dan studi pustaka mendukung proses RAD dengan memberikan wawasan yang kaya dan kontekstual tentang kebutuhan pengguna. Dalam RAD, yang menekankan kecepatan dan iterasi, pengembang harus terus-menerus memvalidasi dan memperbaiki aplikasi yang sedang dikembangkan. Wawasan yang diperoleh dari metode kualitatif ini memastikan bahwa setiap iterasi aplikasi semakin mendekati kebutuhan dan ekspektasi pengguna akhir, sehingga menghasilkan produk yang lebih tepat sasaran dan lebih cepat diadopsi oleh pengguna. Dengan cara ini, metode kualitatif dan RAD tidak lagi terasa terpisah, melainkan saling melengkapi untuk mencapai tujuan pengembangan perangkat lunak yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Business Intelligenece

Pada proses ini untuk mengetahui analisa dari business intelligence di BUMDes Mekar Sejahtera, maka harus diketahui terlebih dahulu kondisi internal dan eksternal dari instansi itu sendiri. Kondisi internal itu sangat berpengaruh kepada instansi dalam hal pengelolaan lingkup kerja, sedangkan kondisi eksternal berpengaruh kepada proses bisnis yang dijalankan. Berikut hasil analisa kondisi faktor internal dan eksternal dalam bentuk tabel.

Tabel 1. Faktor Internal

No	Faktor Internal	Keadaan	Keterangan
1	Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah karyawan 20 orang di mana mayoritas berpendidikan SMA/SMK Keahlian beragam, namun mayoritas belum memiliki keahlian khusus di bidang 	Kurangnya keahlian khusus di bidang digital marketing perlu diatasi dengan pelatihan dan pengembangan SDM.

		digital marketing	
2	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki 2 unit komputer Memiliki software perangkat lunak dasar perkantoran dan hardware lain: printer, scanner, kamera 	Perangkat lunak dasar perkantoran dan perangkat keras yang tersedia cukup untuk kebutuhan operasional
3	Citra	<ul style="list-style-type: none"> Citra Bumdes Mekar Sejahtera di masyarakat masih belum kuat Tingkat kesadaran masyarakat terhadap Bumdes Mekar Sejahtera masih rendah 	Citra Bumdes Mekar Sejahtera yang masih belum kuat perlu ditingkatkan melalui program digital marketing
4	Organisasi Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Struktur organisasi Bumdes Mekar Sejahtera masih tergolong sederhana Proses pengambilan keputusan masih terpusat pada pengurus Bumdes 	Struktur organisasi yang sederhana perlu dikaji ulang untuk mendukung pelaksanaan program digital marketing
5	Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> Bumdes Mekar Sejahtera belum memiliki website dan media sosial resmi Bumdes Mekar Sejahtera belum menggunakan platform digital marketing untuk memasarkan produk dan layanannya 	Pemanfaatan platform digital marketing perlu dilakukan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan

Tabel 2. Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Keadaan	Keterangan
1	Lokasi Geografis	Bumdes Mekar Sejahtera terletak di daerah pedesaan yang terpencil Jarak tempuh ke pasar relatif jauh.	Lokasi geografis yang terpencil dapat menjadi kendala dalam pelaksanaan program digital marketing
2	Kerjasama	Bumdes Mekar Sejahtera belum memiliki kerjasama dengan pihak lain Peluang kerjasama dengan berbagai pihak masih terbuka lebar	Kerjasama dengan pihak lain dapat membantu Bumdes Mekar Sejahtera dalam meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan
3	Sosial	Masyarakat di daerah tersebut masih tergolong tradisional Kebiasaan berbelanja online masih belum menjadi kebiasaan umum	Kebiasaan dan perilaku masyarakat perlu dipelajari dan dipahami untuk menyusun strategi digital marketing yang tepat
4	Politik	Terdapat berbagai program dan kebijakan pemerintah yang dapat dimanfaatkan oleh Bumdes	Dukungan pemerintah daerah perlu dimanfaatkan untuk mendukung program digital marketing
5	Ekonomi	Ekonomi di daerah tersebut sedang mengalami pertumbuhan	Pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut dapat menjadi peluang untuk meningkatkan penjualan melalui digital marketing.

a. Hasil Analisis CSF

Dalam penelitian ini, hasil analisis Critical Success Factors (CSF) untuk pengembangan sistem pemasaran digital pada BUMDes Mekar Sejahtera menghasilkan beberapa faktor kunci yang harus diperhatikan untuk mencapai keberhasilan. Analisis ini melibatkan identifikasi dan penentuan prioritas terhadap faktor-faktor yang paling mempengaruhi keberhasilan pemasaran digital. Berikut adalah hasil analisis tersebut:

1. **Konten digital yang berkualitas tinggi adalah fondasi dari strategi pemasaran digital yang sukses**
Hal ini sejalan dengan peluang yang diidentifikasi, di mana kebutuhan akan konten berkualitas tinggi sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Konten berkualitas menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena secara langsung mempengaruhi efektivitas kampanye pemasaran, interaksi dengan pelanggan, dan citra merek BUMDes Mekar Sejahtera
 2. **Respons yang cepat dan efisien terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan adalah kunci untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan**
Dalam analisis internal, BUMDes Mekar Sejahtera mungkin menghadapi keterbatasan dalam hal kapasitas SDM, tetapi ini bisa diatasi dengan peningkatan sistem manajemen pelanggan. Ini juga terkait dengan value chain, di mana layanan pelanggan adalah bagian integral dari operasi yang efisien.
 3. **Mengadopsi teknologi terbaru dalam pemasaran digital dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasi**
Teknologi terbaru memungkinkan BUMDes untuk bersaing lebih efektif dengan memanfaatkan alat-alat canggih untuk analitik, otomatisasi pemasaran, dan pengelolaan kampanye. Ini mendukung efisiensi operasional dalam value chain, terutama dalam proses pemasaran dan penjualan. Namun, tantangan internal seperti keterbatasan anggaran atau resistensi terhadap perubahan perlu diatasi melalui pendekatan strategis.
 4. **Platform e-commerce yang handal dan aman adalah kunci untuk menyediakan pengalaman berbelanja yang positif bagi pelanggan**
Kebutuhan akan keamanan dan keandalan menjadi lebih penting mengingat meningkatnya ancaman keamanan siber dan harapan pelanggan. Ini juga berkontribusi pada efektivitas value chain, khususnya dalam distribusi produk dan layanan pelanggan.
- b. Hasil Analisis Value Chain
- Penelitian ini juga melibatkan analisis rantai nilai (value chain) untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan setiap tahapan dalam proses bisnis BUMDes Mekar Sejahtera. Berikut adalah hasil analisis value chain yang dilakukan:
1. Inbound Logistics, Pengelolaan bahan baku dan persediaan merupakan aktivitas penting untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan tersedia dan dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan
Optimalisasi:
 - Mengimplementasikan sistem manajemen inventaris berbasis teknologi untuk memonitor stok secara real-time.
 - Mengadopsi praktik terbaik dalam pengadaan bahan baku untuk memastikan kualitas dan konsistensi produk.
 - Menggunakan software untuk merencanakan dan mengelola persediaan secara efisien.
 2. Operations, Proses produksi dan penyediaan layanan adalah inti dari kegiatan bisnis BUMDes. Optimalisasi

proses ini dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi produk.

Optimalisasi:

- Mengotomatisasi proses produksi untuk meningkatkan konsistensi dan efisiensi.
- Melakukan pelatihan berkala untuk karyawan guna meningkatkan keterampilan dan produktivitas.
- Mengimplementasikan kontrol kualitas yang ketat terhadap efisiensi produksi.

3. Marketing and Sales, aktivitas pemasaran dan penjualan menggunakan strategi pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran.

Optimalisasi:

- Mengintegrasikan berbagai alat pemasaran digital seperti SEO, media sosial, dan iklan online..
- Menggunakan analitik data untuk memahami perilaku pelanggan dan mengoptimalkan strategi pemasaran.
- Mengembangkan kampanye pemasaran yang personal dan relevan untuk meningkatkan konversi.

B. Implementasi Digital Sistem

a. Halaman Utama



Gambar 2. Halaman Utama

Ini merupakan tampilan utama dari website BUMDes Mekar Sejahtera. Isinya berupa deskripsi singkat tentang BUMdes dan produk BUMDes yang ditawarkan. Dengan menampilkan konten digital berkualitas tinggi dan informasi yang relevan, halaman utama mendukung CSF terkait dengan konten digital dan platform *digital marketing* yang andal. Ini juga membantu meningkatkan visibilitas produk, menarik pelanggan potensial, dan memulai proses engagement.

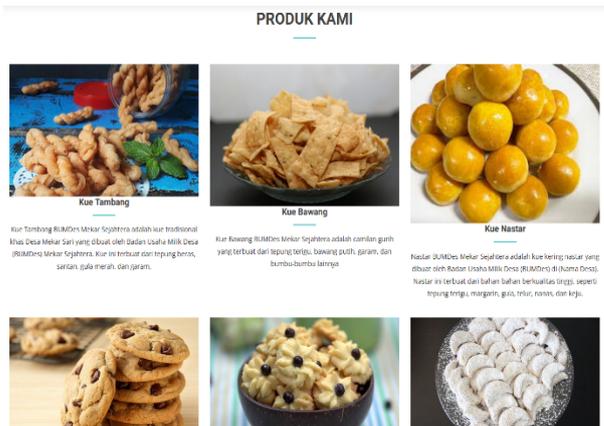
b. Halaman Profil



Gambar 3. Halaman Profil

Ini merupakan halaman profil BUMDes. Berisi sejarah didirikan serta visi misi. Halaman ini secara langsung mendukung CSF yang terkait dengan menyediakan konten digital berkualitas tinggi dan adopsi teknologi terbaru. Ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian secara informasi, mempercepat proses pembelian, dan meningkatkan efisiensi value chain dari pengadaan hingga penjualan.

c. Halaman Produk



Gambar 4. Halaman Produk

Halaman ini menampilkan produk-produk yang ditawarkan oleh BUMDes Mekar Sejahtera dengan detail yang lengkap, termasuk deskripsi produk, harga, dan cara pembelian. Memungkinkan pengunjung untuk memahami dengan jelas apa yang ditawarkan tanpa perlu mengunjungi lokasi fisik, sehingga mempermudah proses pembelian dan meningkatkan konversi penjualan. Halaman produk yang lengkap dan informatif mendukung CSF tentang platform *edigital marketing* yang andal dan aman.

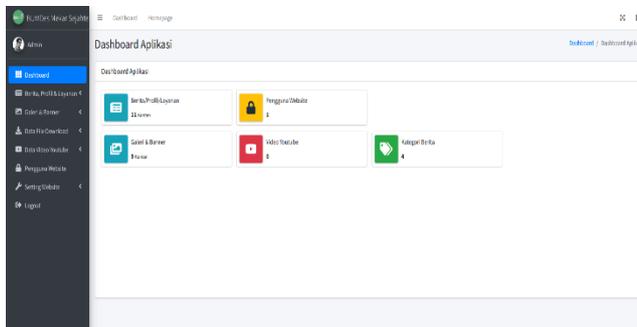
d. Login Admin



Gambar 5. Login

Halaman login admin berfungsi sebagai gerbang keamanan bagi pengguna yang memiliki otorisasi untuk mengakses *backend* dari *website*. Halaman ini melindungi data sensitif dan memastikan hanya pengguna yang terdaftar yang dapat mengakses fitur-fitur admin. Dengan memastikan bahwa hanya admin yang berwenang dapat mengakses dan mengelola konten, ini membantu menjaga integritas dan kepercayaan pelanggan terhadap *website*.

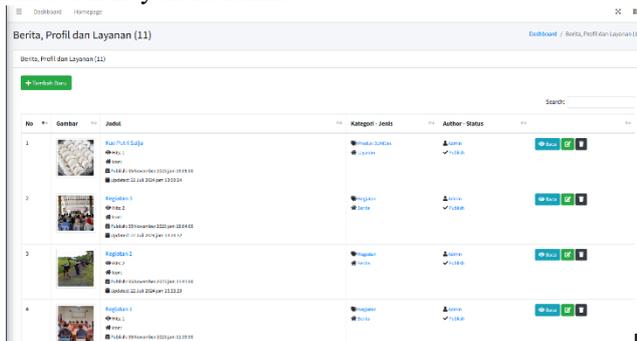
e. Dashboard Admin



Gambar 6. Dashboard

Dashboard admin adalah antarmuka utama bagi administrator setelah berhasil login. Ini memberikan akses cepat ke berbagai fungsi manajemen *website*, termasuk pengelolaan produk, konten, dan laporan penjualan. Dashboard ini mendukung efisiensi operasional dalam value chain, memungkinkan admin untuk mengelola dan memantau aktivitas pemasaran digital secara real-time. Ini mendukung adopsi teknologi terbaru dan peningkatan efisiensi dalam pengelolaan *website* dan konten.

f. Berita dan Layanan Admin

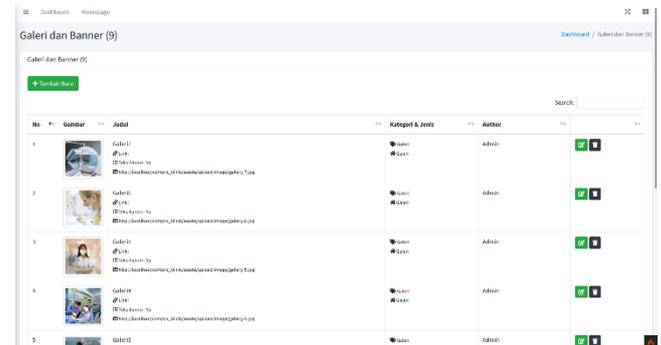


Gambar 7. Berita dan Layanan Admin

Halaman ini memungkinkan admin untuk menambah, mengedit, dan menghapus berita serta layanan yang

tersedia di *website*. Ini penting untuk menjaga informasi di *website* selalu terbaru dan relevan. Ini juga memperkuat strategi konten dengan memastikan bahwa pengunjung selalu mendapatkan informasi yang paling relevan dan *up-to-date*.

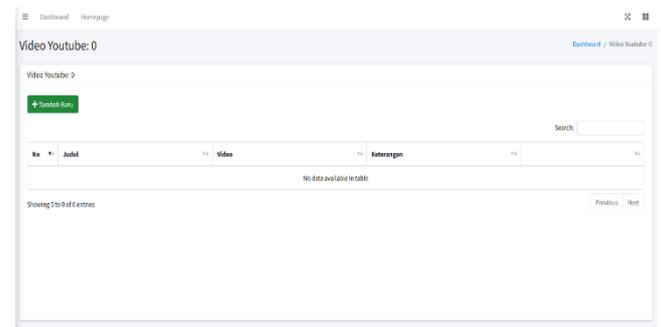
g. Galeri dan Banner Admin



Gambar 8. Galeri dan Banner Admin

Halaman ini memungkinkan admin untuk mengelola galeri gambar dan banner promosi di *website*. Gambar dan banner ini dapat digunakan untuk menampilkan produk unggulan atau promosi khusus. Halaman ini mendukung CSF yang terkait dengan visualisasi produk dan pemasaran, membantu menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan engagement dengan cara yang menarik secara visual.

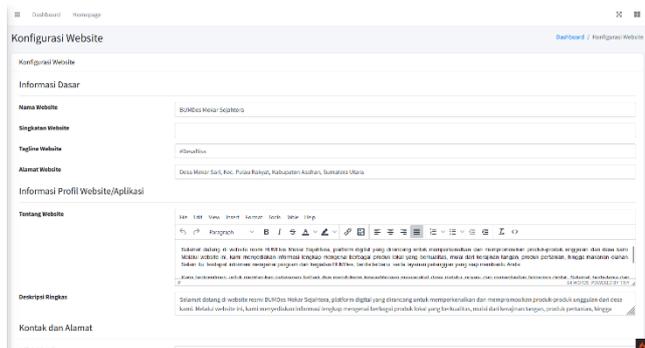
h. Video Youtube Admin



Gambar 9. Video Youtube Admin

Halaman ini berisi daftar video YouTube yang akan ditampilkan di *website* utama. Admin dapat menambah, mengedit, dan menghapus video sesuai kebutuhan. Halaman ini mendukung strategi konten dengan menyediakan media yang interaktif dan menarik, yang dapat meningkatkan engagement dan mendukung CSF terkait dengan konten berkualitas tinggi.

i. Konfigurasi Website Admin



Gambar 10. Konfigurasi Website Admin

Halaman konfigurasi memungkinkan admin untuk mengubah elemen-elemen penting dari website seperti nama, alamat, slogan, logo, dan lainnya. Ini juga mendukung CSF terkait dengan keandalan dan keamanan platform, dengan memastikan bahwa semua perubahan dapat dilakukan dengan aman dan terkendali

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis Critical Success Factors (CSF) dan Value Chain menunjukkan bahwa keduanya saling melengkapi dalam mendukung kesuksesan pemasaran digital BUMDes Mekar Sejahtera. Dengan mengintegrasikan infrastruktur teknologi, kompetensi sumber daya manusia, manajemen konten yang efektif, dan strategi promosi yang tepat ke seluruh elemen rantai nilai, BUMDes dapat mencapai efisiensi dan efektivitas yang lebih tinggi dalam kegiatan pemasaran digital. Tantangan seperti keterbatasan anggaran, resistensi terhadap perubahan, serta kebutuhan akan pelatihan berkelanjutan dapat diatasi melalui solusi konkret yang praktis dan berkelanjutan, seperti penggunaan teknologi hemat biaya, program pelatihan rutin, dan kolaborasi dengan pihak eksternal. Hal ini memastikan bahwa inisiatif pemasaran digital BUMDes Mekar Sejahtera dapat berhasil dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

V. SARAN

Penggunaan media sosial, website, dan platform e-commerce harus dimaksimalkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk media sosial perlu kembangkan dan jalankan strategi konten yang mencakup posting reguler tentang produk, berita terbaru, dan promosi dengan berbagai format seperti gambar, video, dan cerita. Dalam website perlu optimalkan website dengan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari dan pastikan desain responsif agar dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat. Dan, untuk platform e-commerce perlu ciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dengan desain UX yang intuitif dan proses checkout yang sederhana. Pengelola BUMDes perlu secara rutin memantau dan mengevaluasi kinerja digital marketing yang telah diterapkan. Identifikasi area yang memerlukan perbaikan dan terus berinovasi untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital.

REFERENSI

[1] Suendri, "Optimalisasi Sistem Informasi Geografis

Bantuan Dana Desa Menggunakan Database Cloud Berbasis Dokumen," *JISTech (Journal Islam. Sci. Technol.*, vol. 5, no. 1, pp. 80–87, 2020, [Online]. Available: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/jistech/article/download/7803/3562>

[2] F. Ekonomi and F. Ekonomi, "Faktor Penting Keberhasilan BUMDes : Studi Kasus Di Kabupaten Magelang sosial . Kewirausahaan sosial merupakan salah BUMDes . Jika keberhasilan diukur melalui kewirausahaan biasa , maka dalam gagasan Dan Teori Kewirausahaan Sosial," vol. 5, no. 1, pp. 27–34, 2022.

[3] E. Lonkila, "Critical Success Factors for A / B Testing in Online Marketing," p. 42, 2019.

[4] C. R. Sugiarto, J. P. Lastiawan, and E. N. Yunus, "Faktor Keberhasilan Kritis Usaha Kuliner Berbasis Cloud Kitchen Dari Perspektif Pelaku Usaha dan Konsumen," *J. Apl. Bisnis dan Manaj.*, vol. 9, no. 1, 2023, doi: 10.17358/jabm.9.1.273.

[5] D. V. Sinlae, L. Bentang, M. S. Medah, and W. Boboy, "Pemasaran Bisnis Madu Hutan Amfoang Dengan Pendekatan Rantai Nilai," *Partner*, vol. 28, no. 2, p. 222, 2023, doi: 10.35726/jp.v28i2.7155.

[6] B. Frandian, R. D. Yudhanata, S. Samsudin, and S. Suendri, "Implementation of CRM (Customer Relationship Management) at UPT Public Health Center Perbaungan Web-Based," *J. Inf. Syst. Technol. Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 51–57, 2022.

[7] A. Muliani, T. Triase, A. B. Nasution, S. Samsudin, and S. Suendri, "Improving Product Advertising Design Capability for Indonesian Muslim Entrepreneurs (IPEMI) Medan Using Android-Based Applications," *J. IPTEK Bagi Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 32–36, 2021.

[8] A. Mulachela, "Analisis Perkembangan Industri Game di Indonesia Melalui Pendekatan Rantai Nilai Global (Global Value Chain)," *Indones. J. Glob. Discourse*, vol. 2, no. 2, pp. 32–51, 2020, doi: 10.29303/ijgd.v2i2.17.

[9] R. Rinaldy, "Analisis Bisnis Internal Menggunakan Metode Critical Success Factors," *J. Ekon. Teknol. dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, pp. 146–151, 2022, doi: 10.57185/jetbis.v1i3.20.

[10] A. I. Hasan, A. E. Saputri, A. Safa, and F. Fitroh, "Pengaruh Critical Success Factors terhadap Keberhasilan E-Learning dalam Mendukung Pembelajaran : Systematic Literature Review," *J. IPTEKKOM J. Ilmu Pengetah. Teknol. Inf.*, vol. 24, no. 1, pp. 37–50, 2022, doi: 10.17933/iptekkom.24.1.2022.37-50.

[11] T. Triase and S. Samsudin, "Implementasi Data Mining dalam Mengklasifikasikan UKT (Uang Kuliah Tunggal) pada UIN Sumatera Utara Medan," *J. Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 370–376, 2020.

[12] T. Kurniawan, S. Samsudin, and T. Triase, "Implementasi Layanan Firebase pada Pengembangan Aplikasi Sewa Sarana Olahraga Berbasis Android," *J. Inform. Univ. Pamulang*, vol. 6, no. 1, pp. 13–18, 2021.

[13] H. Irfansyah, S. Suendri, and A. Ikhwan, "SISTEM MONITORING AKTIVITAS KARYAWAN

- LAPANGAN DENGAN METODE LOCK GPS BERBASIS CLOUD PADA PTPN II,” *JISTech (Journal Islam. Sci. Technol.*, vol. 6, no. 2, 2021.
- [14] K. K. Bone, Z. Boku, A. Bin Malik, and N. K. Gorontalo, “Value Chain dan Digital Marketing Produk IKM di Desa Huangobotu,” vol. 02, no. November, 2022.
- [15] W. Suryandani and N. Kusumaningsih, “Pengembangan Strategi Industri Kreatif Menggunakan Value Chain Analysis,” *J. Ilm. Ekon.*, vol. 16, no. 2, pp. 265–278, 2021, [Online]. Available: <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- [16] O. Amalina, E. Purwanto, and H. Permatasari, “Analisis Critical Success Factor (Csf) Untuk Implementasi Digital Bisnis,” *J. Sci. Res. Dev.*, vol. 5, no. 2, pp. 98–108, 2023, doi: 10.56670/jsrd.v5i2.167.