

Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Batik Menco Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bhakti Mulur Sumbergondang

Abdul Rohim
Joko Muji Subagyo*
Rangga Adi Kurniawan
STIE PGRI Dewantara Jombang

Korespondensi*: jokomuji73@gmail.com

Abstrak

Trend pemasaran beralih dari konvensional offline menjadi digital *online*. Konsep digital marketing bagi para pelaku usaha yaitu dapat memasarkan produknya dari mana saja dan kapan saja melalui internet. Kondisi BUMDes Bhakti mulur bisa dikatakan sehat, tetapi untuk masalah pemasaran produk batik menco belum *go digital*. Fokus masalah yang diangkat, yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran Batik Menco melalui Digital marketing yang dilakukan oleh BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang dalam memasarkan produknya. (2) Bagaimana kendala dan manfaat penerapan digital marketing Batik Menco bagi BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang. Untuk pemecahan masalah tersebut, artikel ini menggunakan jenis kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai penerapan *digital marketing product* Batik Menco BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang. Dari hasil artikel ditemukan bahwa strategi pemasaran melalui digital marketing sangat membantu bagi pemasaran produk Batik Menco melalui Instagram dan makerplace. Kendala dan manfaat penerapan digital marketing berkaitan dengan bauran pemasaran 4P (*products, prices, locations and promotions*). Saran bagi BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang yakni tetap menjalankan aktivitas pemasaran, baik konvensional maupun digital dengan konsisten, terutama mengenai Digital Marketing bisa dikembangkan lagi dalam pengelolaannya karena selama ini masih dalam tahap pembelajaran mengenai digital marketing.

Kata Kunci : Digital Marketing, BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang

Abstract

The marketing trend is shifting from conventional offline to digital online. The concept of digital marketing for business people is to be able to market their products from anywhere and anytime via the internet. The condition of the Bhakti Bhakti BUMDes can be said to be healthy, but the marketing problem for Menco's batik products has not yet gone digital. The focus of the issues raised, namely: (1) How is Menco's Batik marketing strategy through Digital marketing carried out by BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang in marketing its products. (2) What are the obstacles and benefits of implementing Menco Batik digital marketing for BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang. To solve this problem, this article uses qualitative types that are useful for providing facts and data regarding the application of digital marketing products for Batik Menco BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang. From the results of the article, it was found that marketing strategies through digital marketing were very helpful for marketing Menco Batik products through Instagram and Makerplace. Constraints and benefits of implementing digital marketing are related to the marketing mix-4P (products, prices, locations and promotions). Suggestions for BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang, namely to continue to carry out marketing activities, both conventional and digital consistently, especially regarding Digital Marketing, can be developed again in its management because so far it is still in the learning stage about digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah suatu bentuk pengabdian yang diberikan kepada mahasiswa untuk memiliki pengalaman belajar untuk hidup di

tengah-tengah masyarakat di luar kampus dan secara langsung mengidentifikasi serta menangani masalah yang ada di BUMDes. Menurut Deputi Bidang Produksi dan Pemasaran Kementerian Koperasi, BUMDes yang dikelola masyarakat sudah sangat potensial untuk bisa go international. Pemerintah sendiri sedang mendorong penuh agar BUMDes bisa go international. Salah satu caranya dengan mengajarkan menggunakan internet yang menjadi salah satu cara memudahkan pemasaran hingga ke pasar internasional. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional *offline* menjadi digital *online*. Digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Platform yang sering digunakan dalam digital marketing adalah media sosial atau jejaring sosial. Dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dalam memasarkan produk, diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas sehingga semakin banyak yang mengetahui dan dapat membeli produk yang ditawarkan. Artikel ini mengambil contoh dari pemasaran Batik Menco BUMDes Bhakti Mulur Sumbergondang yang masih belu go digital atau bisa dikatakan hanya masyarakat sekitar saja yang tau adanya produk batik yang dibuat oleh BUMDes Bhakti Mulur. Oleh karena itu melalui program KKN Tematik ini adalah BUMDes Bhakti Mulur dapat membangun kekuatan ekonomi secara gotong royong di desa Sumbergondang. Visi misi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yakni *Go Global Go Digital Go Finansial*, diharapkan produk BUMDes Bhakti Mulur mampu masuk level ke pasar menengah ke atas, tidak hanya pasar nasional bahkan sampai level internasional.

Sejalan dengan itu semua, salah satu strategi efektif dalam “menjaring” konsumen yakni pemasaran digital (*Digital Marketing*). Digital marketing lantas kerap dimaknai sebagai satu cara promosi atau pemasaran sebuah produk maupun jasa melalui media digital. Selama beberapa tahun terakhir, ini merupakan sebuah pendekatan kreatif baru bagi konsumen, terlebih untuk menciptakan kesan yang menyenangkan. Pesatnya perkembangan teknologi khususnya dalam bidang informasi telah menumbuhkan peluang berkreasi dan berinovasi dalam bisnis. Seiring dengan perubahan perilaku masyarakat yang lebih menaruh perhatian pada internet menjadi tantangan bagi BUMDes dalam memasarkan produk secara online. Konsumen lebih aktif mencari apa yang diinginkan menggunakan media online, karena dapat mengakses berbagai informasi lebih mudah dari sebelumnya. Pada intinya, digital marketing mampu mencakup kemampuan untuk melakukan banyak hal yang bisa menjangkau konsumen.

2. Profil Mitra Binaan

Potensi Desa Sumbergondang di Kabupaten Jombang Kecamatan Kabuh sangat besar tetapi pemanfaatannya masih belum mencukupi, sehingga bukan merupakan opsi yang tepat untuk memanfaatkan potensi desa yang mempengaruhi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Sumbergondang. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan bagian penting dalam menunjang pembangunan ekonomi pedesaan, oleh karena itu, diperlukan upaya yang sistematis untuk mendorong badan usaha mengelola aset ekonomi strategis Desa Sumbergondang serta meningkatkan jaringan ekonomi untuk meningkatkan daya saing perekonomian desa.

BUMDes Bhakti Mulur merupakan sebuah Badan Usaha Milik Desa yang terletak di Desa Sumbergondang, Kecamatan Kabuh, Kabupaten Jombang. Tepatnya

terletak di Desa Sumbergondang. BUMDes Bhakti Mulur berdiri sejak tahun 2014, setelah itu pada tahun 2014 membagikan dana kepada BUMDes untuk kegiatan operasional, Dana operasional dari pemerintah yang memulai BUMDes Bhakti Mulur untuk membuka unit usaha simpan pinjam. Sejauh ini BUMDes Bhakti Mulur hanya melakukan unit kegiatan usaha simpan pinjam, dimana ada 1 (Satu) unit yang tergabung dengan BUMDes Bhakti Mulur yakni: Batik Menco karena itu, permasalahan yang selama ini dihadapi adalah terkait pada hal-hal yang melekat pada usaha tersebut. Secara umum, masalah yang dihadapi adalah terkait dengan :

- a) Studi kelayakan bisnis, tentang rencana BUMDes Bhakti Mulur membuat unit usaha produk “Batik Menco”.
- b) Belum terbentuknya struktur kepengurusan dalam unit usaha “Batik Menco” ini terutama pada *admin marketingnya*.
- c) Memerlukan bimbingan mengenai tata cara pengembangan usaha “Batik Menco”, mulai dari aspek pemasaran serta promosinya.

Meskipun BUMDes Bhakti Mulur sendiri sudah menggunakan sistem keuangan yang sudah diberikan oleh DPMD Kabupaten Jombang tetapi perihal tersebut masih belum dikuasai dan dianggap terlalu sulit bagi para pengurus bumdes. Melihat dari permasalahan tersebut, maka penulis membagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi 2 (dua) bagian, yang akan diselesaikan pada semester genap 2020/2021 dan semester ganjil 2021/2022. Untuk pelaksanaan pada semester genap 2020/2021.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk pengenalan merek (*Branding*) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *website*, *marketplace* ataupun media social. BUMDes menurut Undang-undang nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah didirikan antara lain dalam rangka peningkatan Pendapatan Asli Desa (PADesa). Lebih lanjut, sebagai salah satu lembaga ekonomi yang beroperasi dipedesaan, BUMDes harus memiliki perbedaan dengan lembaga ekonomi pada umumnya. Ini dimaksudkan agar keberadaan dan kinerja BUMDes mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan warga desa. Disamping itu, supaya tidak berkembang sistem usaha kapitalistis di pedesaan yang dapat mengakibatkan terganggunya nilai-nilai kehidupan bermasyarakat.

Terdapat 10 (sepuluh) ciri utama yang membedakan BUMDes dengan lembaga ekonomi komersial pada umumnya yaitu:

1. Badan usaha ini dimiliki oleh desa dan dikelola secara bersama;
2. Modal usaha bersumber dari desa (51%) dan dari masyarakat (49%) melalui penyertaan modal (saham atau andil)
3. Dijalankan dengan berdasarkan asas kekeluargaan dan kegotongroyongan serta berakar dari tata nilai yang berkembang dan hidup dimasyarakat (*local wisdom*),
4. Bidang usaha yang dijalankan didasarkan pada pengembangan potensi desa secara umum dan hasil informasi pasar yang menopang kehidupan ekonomi masyarakat,
5. Tenaga kerja yang diberdayakan dalam BUMDes merupakan tenaga kerja potensial yang ada didesa.
6. Keuntungan yang diperoleh ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan atau penyerta modal.

7. Pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah dilakukan melalui musyawarah desa
8. Peraturan-peraturan BUMDes dijalankan sebagai kebijakan desa (*village policy*)
9. Difasilitasi oleh Pemerintah, Pemprov, Pemkab, dan Pemdes
10. Pelaksanaan kegiatan BUMDes diawasi secara bersama (Pemdes, BPD, anggota).

BUMDes sebagai suatu lembaga ekonomi modal usahanya dibangun atas inisiatif masyarakat dan menganut asas mandiri. Ini berarti pemenuhan modal usaha BUMDes harus bersumber dari masyarakat. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan BUMDes dapat mengajukan pinjaman modal kepada pihak luar, seperti dari Pemerintah Desa atau pihak lain, bahkan melalui pihak ketiga. Ini sesuai dengan peraturan per undang-undangan (UU 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 213 ayat 3). Penjelasan ini sangat penting untuk mempersiapkan pendirian BUMDes, karena implikasinya akan bersentuhan dengan pengaturannya dalam Peraturan Daerah (Perda) maupun Peraturan Desa (Perdes).

Asset ekonomi yang ada didesa harus dikelola sepenuhnya oleh masyarakat desa. Bentuk kelembagaan sebagaimana disebutkan di atas dinamakan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Badan usaha ini sesungguhnya telah diamanatkan di dalam UU No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (bahkan oleh undang-undang sebelumnya, UU 22/1999) dan Peraturan Pemerintah (PP) no. 71 Tahun 2005 Tentang Desa. Dalam UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah pada Pasal 213 ayat (1) disebutkan bahwa “Desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa”. Disebutkan pula bahwa tujuan pendirian BUMDes antara lain dalam rangka peningkatan Pendapatan Asli Desa (PADesa).

Saragi (2004) dalam bukunya menyebutkan ada 5 tujuan pembentukan BUMDes yaitu: 1) Peningkatan kemampuan keuangan desa, 2) Pengembangan usaha masyarakat dalam rangka pengentasan kemiskinan, 3) Mendorong tumbuhnya usaha masyarakat, 4) Penyedia jaminan social, 5) Penyedia pelayanan bagi masyarakat desa

C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Unit usaha BUMDes Bhakti mulur mempunyai usaha Batik Menco. Karena itu, permasalahan yang selama ini dialami merupakan terkait pada hal-hal yang melekat pada usaha tersebut. Secara umum, masalah yang dihadapi adalah terkait dengan :

- 1) Kesulitan dalam marketingnya
- 2) Belum ada *marketplace*
- 3) Produk batik belum di kenali di luar desa
- 4) Kurangnya Sumber daya manusia dalam produksi Batik Menco

Meskipun BUMDes Bhakti Mulur sendiri telah menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran yang telah diberikan oleh DPMD Kabupaten Jombang namun hal tersebut masih belum dikuasai dan dianggap terlalu sulit bagi para pengurus BUMDes. Melihat dari permasalahan tersebut, maka penulis membagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi 2 (dua) bagian, yang akan diselesaikan pada semester genap 2020/2021 dan semester ganjil 2021/2022. Untuk pelaksanaan pada semester genap 2020/2021, penulis bersama tim menitikberatkan pelaksanaan kegiatan pada penyusunan Kelengkapan Administrasi dan Pemasaran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bhakti Mulur, Desa Sumbergondang – Kabuh – Jombang, yang meliputi :

- 1) Pembuatan *marketplace*
- 2) Promosi produk Batik Menco.

Kegiatan ini dilakukan penulis melibatkan mahasiswa yang sedang melakukan

kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ada di Desa Dukuhklopo. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi BUMDes Bhakti Mulur, maka kegiatan ini menitik beratkan pada kegiatan penyusunan Kelengkapan Administrasi dan Pemasaran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bhakti Mulur, membantu membenahi pembukuan BUMDes agar sesuai dengan standar yang ada pada umumnya, serta mendampingi cara penggunaan aplikasi terbaru terkait pembukuan keuangan agar lebih efektif dan efisien. Dengan adanya program aplikasi yang telah diberikan oleh kampus, diharapkan kepada pengurus BUMDes mampu mengelola pencatatan keuangan BUMDes secara baik dan benar serta mampu menciptakan usaha-usaha lain yang kreatif dan inovatif.

Gambaran dari kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan Digital Marketing. Pembuatan Digital Marketing adalah hal yang sudah lama dipikirkan oleh pengurus BUMDes Bhakti Mulur tetapi belum terlaksanakan sampai sekarang. Oleh karena itu penulis dan tim pengabdian masyarakat dengan kreatif dan kemampuannya merancang dan memberikan arahan mengenai sosial media untuk pemasaran BUMDes Bhakti Mulur dengan apa yang diharapkan oleh pengurus BUMDes
2. Membuat video produk Batik Menco. Untuk memperkenalkan produk dari BUMDes Bhakti Mulur ke masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu tim pengabdian masyarakat membuat video produk tersebut untuk bisa meningkatkan pemasaran produk dan bisa dikenal lebih banyak lagi oleh masyarakat.

D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan penulis melibatkan mahasiswa Desa Sumbergondang. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi BUMDes Bhakti Mulur, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini menitik beratkan pada kegiatan Pembuatan Digital Marketing yaitu Batik Khusus yang dibuat oleh warga Sumbergondang untuk menjalankan BUMDes yang ada di desa tersebut. Dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat oleh penulis dan mahasiswa yang telah diberikan oleh kampus, diharapkan kepada pengurus BUMDes mampu mengelola pencatatan keuangan BUMDes secara baik dan benar serta mampu menciptakan usaha-usaha lain yang kreatif dan inovatif. Gambaran dari kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Pembuatan *marketplace* Batik Menco, yaitu Batik Khusus yang dibuat oleh warga Sumbergondang untuk menjalankan BUMDes yang ada di desa tersebut.
- 2) Promosi produk Batik Menco agar lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 1 : Koordinasi antara tim penulis, mahasiswa serta pengurus BUMDes untuk membantu menjelaskan mengenai Digital Marketing dan pemasaran produk batik menco BUMDes Bhakti Mulur.

E. PENUTUP

Kegiatan KKN dengan melibatkan mahasiswa yang sedang KKN telah memberikan banyak manfaat khususnya bagi BUMDes Bhakti Mulur. Beberapa hal yang telah dilakukan penulis Bersama tim adalah :

- 1) Tercipnya akun marketplace batik menco guna untuk memasarkan produk unggulan BUMDes Bhakti Mulur
- 2) Promosi produk Batik Menco.

Namun demikian, kegiatan PKM ini hanyalah awal. Masih ada kegiatan lanjutan yang telah disepakati antara penulis dengan Pihak BUMDes Bhakti Mulur yaitu Digital Marketing mengenai produk Batik

DAFTAR PUSTAKA

Herawati, E. (2016, Oktober). Binus business-law. Retrieved April 2018, from Binus Business Law Web site:<http://business-law.binus.ac.id/2016/10/16/badan-usaha-milik-desa-status-dan-pembentukannya/>

Mutiarni, R. (2017). Implementasi Electronic Data Processing Pada Koperasi Wanita. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 135-148.

Mutiarni, R., Zuhroh, S., & Utomo, L. P. (2018). Pendampingan Pencatatan Transaksi Dan Penyusunan Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Putra Subagyo Desa Miagan-Jombang. *Comvice: Journal of community service*, 2(1), 21-28.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun, (8)

Undang-Undang, R. I. No. 32 tahun 2004 tentang. Pemerintahan Daerah. Indonesia, R. (1999)