

Pendampingan *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Kompetensi Pengelola Badan Usaha Milik Desa Bung Hatta

Deni Widyo Prasetyo*
Nuri Purwanto
Farid Zairobi
STIE PGRI Dewantara Jombang

Korespondensi*: deni.stiedw@gmail.com

Abstrak

Pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang diprakarsai oleh pemerintah pusat langsung ditindaklanjuti oleh pemerintah daerah Jombang, termasuk desa Gabus Banaran yang terletak di kecamatan Tembelang, Jombang dengan membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bung Hatta dengan jenis usaha penjualan bahan bangunan dan jasa pos. Dalam perkembangannya, pengelolaan penjualan dan keuangan di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bung Hatta sudah cukup baik namun ada beberapa kendala dalam proses pemasaran dan juga penataan laporan transaksi penjualan yang kurang rapi. Untuk itu, penulis bersama team mahasiswa di desa Gabus Banaran melakukan kegiatan membantu proses pemasaran produk dan juga membantu membenahi administrasi transaksi penjualan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bung Hatta, di antaranya yaitu: 1.) Pembuatan *banner* untuk memasarkan produk BUMDes Bung Hatta, 2.) Pembuatan akun media penjualan *online* Shopee, 3.) Pembuatan pelatihan *editing video* secara *online* untuk pihak BUMDes Bung Hatta, 4.) Penyusunan Laporan transaksi penjualan, 5.) Pembuatan logo BUMDes. Kegiatan tersebut telah diselesaikan dengan baik oleh penulis bersama team mahasiswa. Kegiatan ini akan dilanjutkan di semester selanjutnya dengan sasaran kegiatan adalah peningkatan pemasaran produk BUMDes di media *online*.

Kata kunci: BUMDes Bung Hatta, *Digital Marketing*.

Abstract

The establishment of the Agency Enterprises Owned Village (BUMDes) were initiated by the government center directly acted upon by the government area Jombang , including village Gabus Banaran which is located in the subdistrict Tembelang , Jombang by forming the Agency Enterprises Owned Village (BUMDes) Bung Hatta with the type of business sales building materials and postal services . In its development , the sales and financial management at the Bung Hatta Village Owned Enterprise (BUMDes) is quite good , but there are some obstacles in the marketing process and also the arrangement of sales transaction reports that are not neat . For that , the author along with a team of students in the village Gabus Banaran do activities to help the process of marketing products and also help reform the administration of transactions the sale of Agency Enterprises Owned Village (BUMDes) Bung Hatta , in whom namely :1) Making banner to market the product BUMDes Bung Hatta , 2) Making the accounts of media sales online Shopee , 3) Making training video editing are online for the BUMDes Bung Hatta , 4) Preparation of reports of transactions of sales , 5) Making logo BUMDes . The activities that have been completed by both the author together with a team of students. The activities of this will be continued in half next to the target activity is an increase in the marketing of products BUMDes in online media.

Keywords: BUMDes Bung Hatta , *Digital marketing*.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Digital marketing merupakan suatu hal yang berkaitan dengan ide-ide yang dituangkan dalam dunia digital berupa konten, dan lain sebagainya. Tolak ukur kesuksesan dalam *digital marketing* bisa dilihat dari bagaimana masyarakat membicarakan mengenai produk – produk yang ditawarkan. Digital marketing

memiliki jangkauan yang lebih luas daripada pemasaran secara tradisional. Media *digital* memungkinkan konsumen untuk menelusuri informasi lebih dalam yang dibutuhkan untuk membuat keputusan sebelum melakukan pembelian.

Purnama, dkk (2017) *digital marketing* adalah kegiatan promosi dan mencari pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. *Digital marketing* biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antar produsen, distributor dan calon konsumen.

Digital marketing menurut (Prabowo, 2018; Siswanto, 2015) merupakan suatu cara yang dapat membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk ataupun jasa yang mereka punya. *Digital marketing* juga dapat membuat atau membuka pasar – pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.

Kenrianto (2016) dalam Nikmah (2017) mengatakan bahwa keuntungan menggunakan media sosial dalam kegiatan pemasaran produk sebagai berikut :

- a. Memudahkan penjual mengetahui informasi mengenai pelanggan Melalui media sosial dapat memudahkan penjual untuk mengetahui secara detail mengenai konsumennya, bahasa yang digunakan, rentang usia, dan jenis kelamin. Informasi ini dapat membantu proses pemasaran kepada target konsumen yang tepat.
- b. Memudahkan penjual dalam menemukan konsemen baru dan meluaskan target pasar Dengan menggunakan media sosial, penjual dapat memanfaatkan berbagai fitur didalamnya untuk menemukan konsumen, seperti fitur location untuk pencarian lokasi terdekat atau dengan menggunakan hastage (#) yang akan dapat memudahkan konsumen melakukan pencarian produk.
- c. Mudah menerima feedback dari konsumen Penggunaan fitur fanpage pada media sosial seperti facebook, konsumen dapat memberikan kritik, saran, dan pertanyaan pada kolom komentar ataupun pesan. Kemudian respon tersebut dapat dijadikan masukan yang membuat penjual menjadi lebih inovatif.
- d. Dapat mengembangkan target pasar dan selalu dapat mengikuti langkah pesaing Dengan cara ini, penjual dapat mencari tahu teknik apa saja yang digunakan oleh pesaing dan melakukan hal yang lebih baik dari yang mereka lakukan
- e. yang disampaikan akan lebih cepat tersebar Cukup klik tombol *share* pada setiap media sosial yang digunakan.
- f. Membantu konsumen untuk lebih mudah menjangkau media sosial Meningkatnya pengguna gawai dan teknologi yang semakin canggih, menjadi alasan utama kenapa pengguna media sosial lebih efisien untuk digunakan sebagai sarana untuk berjualan. Sehingga banyak konsumen yang mencari citra produk atau perusahaan melalui media sosial.
- g. Meningkatkan branding dan promosi dengan biaya yang minim Dengan biaya yang minim, media sosial dapat membantu sebuah bisnis untuk meningkatkan citra perusahaan atau produk dengan biaya yang hampir tidak ada. Dengan menggunakan media *digital marketing* diharapkan pengurus BUMDes Bung Hatta mampu memasarkan usahanya secara luas dan dapat dikenal di masyarakat sekitar. Dalam pelatihan ini bertujuan untuk memfasilitasi pengurus BUMDes Bung Hatta yang ingin menanyakan materi yang belum dipahami sehingga kita dapat menyelesaikan permasalahan yang

dihadapi. Pelatihan ini merupakan kegiatan pengembangan kemampuan mahasiswa dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dimiliki. Melalui pemasaran ini diharapkan pengurus BUMDes Bung Hatta dapat melakukan pemasaran *online* secara mandiri dan menguasai *digital marketing*.

2. Profil Mitra Binaan

BUMDes Bung Hatta terletak di Desa Gabusbanaran, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Kondisi di BUMDes Bung Hatta terdapat dua unit usaha yang dijalankan yaitu usaha agen pos dan toko bangunan. Namun, BUMDes Bung Hatta saat ini hanya melayani pembangunan desa dikarenakan adanya *paradigma* negatif dari masyarakat yang menganggap jika masyarakat membeli bahan bangunan di BUMDes Bung Hatta, maka keuntungan yang didapat dianggap masuk ke kantong pribadi perangkat desa. Tetapi pada kenyataannya anggapan negatif masyarakat tidaklah benar, yang benar adalah keuntungan yang didapat akan digunakan untuk pengembangan BUMDes Bung Hatta.

Usaha agen pos baru berjalan hampir satu tahun, usaha ini merupakan hasil kerjasama antara BUMDes Bung Hatta dengan kantor pos yang berpusat di kota Jombang. Agen pos BUMDes Bung Hatta melayani jasa kirim paket pos (kilat), sedia amplop pengiriman surat, sedia materai, bayar PLN, PDAM, Telkom, dan PBB atau PKB. Dalam menjalankan agen pos terdapat kendala mengenai laporan keuangan. Sebenarnya dalam menjalankan agen pos ini sudah terdapat aplikasi dari kantor pos untuk mencatat pemasukkan maupun pengeluaran tetapi aplikasi tersebut tidak berjalan dengan semestinya sehingga pihak pengelola agen pos BUMDes Bung Hatta membuat laporan secara manual. Sedangkan usaha toko bangunan sudah berjalan sejak tahun 2019. Usaha toko bangunan BUMDes Bung Hatta menjual berbagai keperluan pembangunan seperti pasir, semen, paralon, kayu, triplek, dan lain sebagainya.

Dalam menjalankan dua usaha tersebut BUMDes Bung Hatta mengalami kesulitan pada pemasarannya, dikarenakan banyak masyarakat sekitar belum mengetahui mengenai usaha tersebut dan jasa atau kebutuhan yang disediakan dalam dua usaha BUMDes Bung Hatta. Karena itu, tim penulis akan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) “Bung Hatta” di Gabusbanaran Kecamatan Tembelang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Desa memiliki peranan penting dalam upaya pembangunan nasional dikarenakan penduduk Indonesia cenderung bermukim di wilayah pedesaan sehingga hal tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar dalam upaya penciptaan stabilitas nasional (Sa'dullah, 2016). Selain itu pula posisi desa dinilai strategis dalam pembangunan Negara karena desa menjadi dasar dalam identifikasi permasalahan masyarakat hingga pada perencanaan serta realisasi tujuan Negara yang terdapat dalam tingkat desa (Sidik, 2015).

Budiono (2015) menjelaskan salah satu cara untuk mendorong pembangunan di tingkat desa adalah pemerintah desa diberikan kewenangan oleh pemerintah pusat mengelola secara mandiri lingkup desa melalui lembaga – lembaga ekonomi di tingkat desa. Lembaga – lembaga tersebut salah satunya adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Undang – Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah

menjelaskan desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa. Kebutuhan dan potensi desa menjadi dasar dalam pendirian BUMDes sebagai bentuk upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat (PKDSP,2007).

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2010, BUMDes merupakan usaha desa yang dibentuk atau didirikan oleh pemerintah desa dimana kepemilikan modal dan pengelolaannya dilaksanakan oleh pemerintah desa dan masyarakat. Keberadaan BUMDes juga diperkuat oleh UU Nomor 6 Tahun 2014 yang dibahas dalam BAB X pasal 87 – 90 antara lain menyebutkan bahwa pendirian BUMDes disepakati melalui musyawarah desa dan dikelola dengan semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan. BUMDes memiliki dua fungsi utama yaitu sebagai lembaga sosial dan lembaga komersial desa. BUMDes sebagai lembaga sosial memiliki kontribusi sebagai penyedia pelayanan sosial, sementara fungsi sebagai lembaga komersial memiliki arti bahwa BUMDes bertujuan untuk mencari keuntungan melalui penawaran sumber daya lokal (barang dan jasa) ke pasar (Wijanarko,2012).

Didalam prasyarat pelaksanaan BUMDes secara eksplisit telah disebutkan peranan dari BUMDes yaitu sebagai bisnis ekonomi dan bisnis sosial. Peranan secara ekonomi tentu saja meningkatkan kesejahteraan.

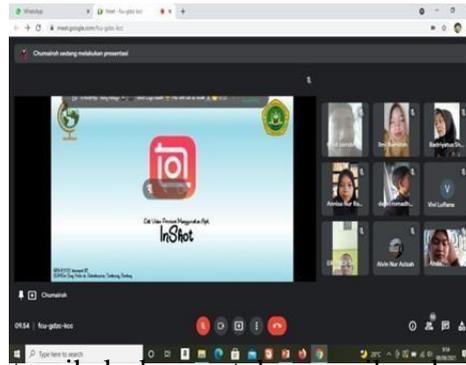
Masyarakat desa melalui usaha – usaha yang dikelola oleh BUMDes serta kontribusinya terhadap kas desa atau PADes. Sedangkan peranan secara sosial dapat terlihat dari bagaimana nantinya keberadaan BUMDes mampu memberdayakan masyarakat, meningkatkan interaksi dan solidaritas yang telah terbina selama ini melalui kegiatan BUMDes yang dikelola secara kolektif.

C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Minggu pertama pembuatan *benner* mini toko bangunan dan agen pos, kegiatan pemasangan *benner* dilakukan dengan terjun langsung ke desa dengan mematuhi protokol kesehatan, pemasangan *benner* dilakukan selama 2 jam yang terpasang di delapan titik strategis desa yang dapat mudah menarik perhatian warga sekitar Gabus Banaran. Tim penulis juga melakukan pembuatan akun media penjualan *online* Shopee, kegiatan pembuatan akun shopee melibatkan kepala unit usaha BUMDes Bung Hatta, kegiatan dilakukan selama 2 jam dalam memperkenalkan mekanisme penjualan dari cari promosi di akun Shopee sampai dengan cara pengiriman barang ke pembeli.

Minggu kedua tim penulis melakukan pelatihan konten *digital marketing* dilakukan secara *online* maupun *offline*, kegiatan ini dilakukan selama dua hari. Kegiatan yang dilakukan secara *offline* atau tatap muka tetap mematuhi protokol kesehatan dengan menggunakan masker, mencuci tangan, dan jaga jarak. Menyadari bahwa BUMDes Bung Hatta memiliki potensi yang besar dalam memajukan desa dan dengan adanya masalah mengenai pemasaran dengan mengadakan pelatihan konten *digital marketing* guna membantu menyelesaikan permasalahan tersebut. Pada hari pertama, tim penulis menyusun program kerja mengenai pelatihan yang akan dilaksanakan di BUMDes Bung Hatta. Pelatihan dilaksanakan pada hari kedua. Pelatihan dilakukan dalam kurun waktu dua hari (dua sesi), sesi pertama dilakukan secara *online* dengan waktu sekitar 20 menit dengan rincian waktu 10 menit pemaparan materi dan 10 menit tanya jawab. Untuk pelatihan yang sesi kedua dilakukan pada hari berikutnya secara *offline* dengan kurun waktu 60 menit dengan rincian waktu tersebut digunakan untuk menjelaskan hal yang kurang dimengerti oleh

aplikasi *inshot* sebagai media untuk mengedit video karena aplikasi tersebut memiliki ukuran yang tidak terlalu berat jadi mudah untuk memasangnya di android, begitu juga dengan pengoperasian aplikasi yang mudah untuk di pahami pihak BUMDes.



- 4) Tim penulis membantu pihak desa untuk merapikan laporan transaksi penjualan dari bulan maret- agustus yang sebelumnya disusun secara manual dibuka menjadi laporan transaksi keuangan excel yang dibuat sedemikian rupa untuk memudahkan para administrator menyusun laporan penjualan tiap bulan. Dengan penyusunan laporan penjualan secara excel dapat memudahkan dalam menghitung laba yang diterima tiap bulan.
- 5) Membantu pihak BUMDes membuat logo sesuai dengan keinginan pihak BUMDes.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di BUMDes Bung Hatta Gabus Banaran, Tembelang menjadi tanggung jawab bersama seluruh anggota kelompok. Pada saat pelaksanaan, tim penulis menemui kendala hambatan dan tantangan :

- 1) pada saat pelaksanaan kegiatan secara *offline* terkadang tidak Full team, dikarenakan pada masa pandemi ini disarankan untuk mengurangi kerumunan.
- 2) keterbatasan waktu yang diberikan pihak desa untuk melaksanakan kegiatan secara *offline* yang hanya satu kali dalam seminggu.
- 3) tidak mendapat izin base camp dikarenakan masih dalam masa pandemi sehingga sangat kurang optimal untuk kunjungan ke desa.
- 4) sulit memberikan inovasi dikarenakan masyarakat masih sangat awam dengan perkembangan teknologi.

Solusi yang diberikan dan diaplikasikan dalam menjawab persoalan pada program kerja :

Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata di BUMDes Bung Hatta Gabus Banaran, Tembelang tim penulis memberikan program kerja yang berfokus pada pemasaran produk BUMDes baik berupa pemasaran secara langsung maupun secara online. Tim penulis menggunakan media banner sebagai sarana yang paling mudah di lihat masyarakat secara langsung untuk memperkenalkan produk BUMDes Bung Hatta kepada masyarakat desa sekitar, banner mini yang digunakan untuk media pemasaran tersebut dipasang di beberapa titik sekitar desa yang dirasa strategis. Hal ini merupakan aspek kreatif yang ditawarkan untuk BUMDes Bung Hatta yang mana pada PKM tahap satu hanya memberikan desain untuk promosi melalui media sosial saja.

Selanjutnya tim penulis membuat akun Shopee yang dapat digunakan pihak bumdes dalam pemasaran produk secara online dikala pandemi seperti saat ini. Memberikan pelatihan editing video secara online juga diupayakan untuk meningkatkan keahlian para admin BUMDes dalam mengedit video yang akan dapat digunakan untuk mempromosikan maupun memperkenalkan produk BUMDes kedepannya. Dalam laporan transaksi penjualan yang sebelumnya manual tim penulis bantu admin penanggung jawab untuk membuat laporan dalam bentuk excel. Pembuatan logo BUMDes yang baru dengan kreativitas tim pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan harapan pengurus BUMDes.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan Dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat, di BUMDes Bung Hatta, Desa Gabus Banaran, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang Jawa Timur telah berjalan dengan lancar. Ada beberapa permasalahan yang ada di BUMDes Bung Hatta yang telah dibantu dalam pemecahan masalah tersebut seperti permasalahan laporan transaksi penjualan, kendala pemasaran, dan pembuatan logo BUMDes Bung Hatta.

Tim penulis menawarkan program kerja untuk menyelesaikan permasalahan di BUMDes Bung Hatta antara lain menyediakan laporan transaksi penjualan secara excel dengan tahapan sederhana dan mudah dipahami karna rumus sudah di program secara otomatis sehingga pengurus dapat mudah dalam pencatatan laporan transaksi penjualan. Tim penulis menyediakan benner mini dan disain promosi yang menarik yang terpasang di titik strategis desa dengan harapan dapat memberikan informasi yang lebih terkait BUMDes Bung Hatta sehingga dapat menarik daya beli masyarakat terhadap produk BUMDes Bung Hatta. Tim penulis juga menawarkan pelatihan edit vidio promosi menggunakan aplikasi inshot yang mudah digunakan oleh pengurus BUMDes Bung Hatta sehingga dalam promosi produk dapat lebih menarik dan modern, selain itu tim penulis juga membantu dalam pembuatan akun Shopee dengan tujuan memperluas wilayah pemasaran. Atas permintaan pengurus BUMDes Bung Hatta tim penulis membantu membuat logo BUMDes Bung Hatta yang baru, karna logo yang kemarin dirasa kurang menarik dan kurang mewakili filosofi berdirinya BUMDes Bung Hatta.

Besar harapan penulis dengan kedatangan tim pengabdian kepada masyarakat kelompok 30 STIE PGRI Dewantara Jombnag dapat memberikan perubahan dan warna yang berbeda untuk menaikkan nilai ekonomi BUMDes Bung Hatta di tengah pandemi Covid-19. Kemudian, saran bagi pengurus BUMDes Bung Hatta agar lebih dipahami lagi untuk tahapan transaksi di excel atas laporan transaksi penjuan dan lebih ditekankan lagi penjualan di shopee dan *digital marketing* lainnya agar memperluas daerah pemasaran, serta lebih aktif dalam melakukan pemasaran berupa vidio promosi yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Nikmah, O.F. 2017. Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 47 – 56. Prabowo, W. A. 2018. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Organizational*

Performance. Jurnal Manajemen Pemasaran, 12(2), 101 – 112. Pradiani, T, 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. 46 Jibeka,11(2), 46 – 53.

Prasetya, B. A. (2021). Gandeng Pelaku Usaha Emping Melinjo Tim KKN UNS Adakan *Workshop Digital Marketing*. Surakarta: Humas UMS.