



PENDAMPINGAN TATA KELOLA BUMDES DAN UMKM DALAM PEMBUATAN, PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK BUMDES RANDUREJO

Aditya Dwi Putro. W¹; Cahyo Prihantoro²; Nicolaus Euclides Wahyu. N³; Wahyu Nurfida. A⁴; Fadiana⁵; Tsania Finka. D⁶

^{1,2,3,4,5,6}Institut Teknologi Telkom Purwokerto

INFO NASKAH

Diserahkan
24 April 2023
Diterima
08 Agustus 2023
Diterima dan Disetujui
20 Desember 2023

Kata Kunci:

BumDes Randurejo, UMKM, Digital Marketing, Desain Produk, Pemberdayaan

Keywords:

BumDes Randurejo, UMKM, Digital Marketing, Product Design, Empowerment

ABSTRAK

BUMDes Randurejo Salah satu Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) mengalami dampak selama pandemi COVID-19, yang tercermin dari penurunan pendapatan sebesar 45%. Keadaan tersebut disebabkan oleh penggunaan metode pemasaran konvensional yang masih diterapkan oleh BUMDES Randurejo sampai saat ini. Ketidakhadiran situs web atau keberadaan di platform media sosial yang terkait dengan unit usaha BUMDES Randurejo telah menjadi penyebab mengapa BUMDES ini tidak mengalami perkembangan dan kurang dikenal oleh masyarakat luas. Dengan menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat, diharapkan bahwa pengabdian ini dapat mengubah kondisi masyarakat menjadi lebih mandiri, produktif, dan sejahtera. Dari evaluasi awal terhadap permasalahan yang ada, tim pengabdian telah memberikan pendampingan dalam proses pembuatan situs web, pengelolaan media sosial, serta memberikan pelatihan dalam tata kelola media, pemasaran digital, dan penggunaan platform marketplace. Tim pengabdian juga telah menginisiasi kerja sama strategis antara BUMDES Randurejo dengan Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam upaya Pelaksanaan Pengelolaan dan Pendampingan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Abstract. BUMDes Randurejo is one of the BUMDes that was affected during the COVID-19 pandemic. The impact can be seen from the decrease in income by 45%. This happened because so far BUMDES Randurejo still uses conventional methods in marketing. There is no website or social media related to the Randurejo BUMDES business unit, making this BUMDES undeveloped and unknown to many people. Through the community empowerment approach, this service is expected to change the existence of the community to become more independent, productive and prosperous. Based on the results of the initial assessment of the problem, the service team has provided assistance in making websites, social media, mentoring and training in media governance, digital marketing and marketplaces. In addition, the service team also initiated a strategic collaboration between BUMDES Randurejo and the Telkom Purwokerto Institute of Technology in the implementation of Information and Communication Technology-Based Management and Assistance.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengalami perubahan besar dalam cakupan pemasaran dalam beberapa tahun terakhir. Metode komunikasi pemasaran yang dulunya bersifat konvensional dan tradisional saat ini telah terpadu ke dalam ranah digital (Ascharisa, 2018). Kemajuan teknologi yang pesat, serta perkembangan dunia digital dan internet, secara signifikan memengaruhi dan berdampak pada strategi pemasaran saat ini. Perkembangan tren pemasaran di seluruh dunia sedang beralih dari pendekatan konvensional yang bersifat offline menjadi pendekatan yang lebih berfokus pada platform digital dan online. Strategi pemasaran digital ini lebih menjanjikan karena memungkinkan calon pelanggan potensial untuk mengakses berbagai informasi terkait produk dan melakukan transaksi secara online melalui internet. Digital marketing adalah proses pemasaran dan pencarian pasar yang dilakukan melalui media digital secara online, dengan memanfaatkan berbagai platform seperti jejaring sosial. Saat ini, internet tidak hanya menghubungkan orang dengan perangkat, tetapi juga memungkinkan koneksi antar individu dari berbagai belahan dunia (Sulaksono dan Zakaria, 2020).

Platform yang umum digunakan dalam digital marketing adalah media sosial atau jejaring sosial. Setiap jejaring sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda, tergantung pada fitur-fitur dan audiens yang dimilikinya. Terdapat platform jejaring sosial yang difokuskan pada aspek pertemanan seperti Facebook, Path, Instagram, dan Twitter. Sementara itu, platform seperti LinkedIn dirancang khusus untuk memfasilitasi pencarian dan pembangunan relasi profesional serta jaringan kerja. Selain jejaring sosial, terdapat juga media yang lebih bersifat pribadi seperti email dan pesan teks (SMS). Search engine seperti Google dan Yahoo juga merupakan alat yang dapat dimanfaatkan. Pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media blog atau situs web pribadi untuk keperluan pemasaran dan komunikasi dengan audiens mereka. (Purwana et al, 2017).

Sangat penting untuk menerapkan digitalisasi pemasaran dengan menggunakan teknologi pada pengembangan bisnis skala mikro yang berlokasi di pedesaan, seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Tiga fondasi inti yang diperlukan untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dan BUMDes adalah:

1. Fondasi pertama terletak pada kelembagaan dan aspek bisnis, di mana BUMDes yang telah memiliki legalitas badan hukum didorong untuk membentuk unit usaha yang berbasis pada potensi desa. Ini dilakukan dengan mencocokkan usaha dengan potensi desa agar dapat berperan sebagai penggerak ekonomi di wilayah desa.

2. Fondasi kedua berkaitan dengan akses keuangan, yang bertujuan untuk meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat desa dengan menyediakan akses keuangan yang optimal di BUMDes.
3. Fondasi ketiga menyangkut digitalisasi, dimana BUMDes tidak hanya berperan sebagai pembeli hasil produksi dari masyarakat desa, tetapi juga memfasilitasi akses pasar bagi masyarakat desa melalui platform marketplace yang dikembangkan melalui ekosistem BUMDes, dikenal sebagai BUMDes Online.

Mengingat peran yang sangat penting dari BUMDes dalam menggerakkan perekonomian di desa, digitalisasi keuangan dan pemasaran menjadi sangat penting dan mendesak untuk dilakukan. Hal ini mempertimbangkan strategisnya peran BUMDes dalam memajukan roda perekonomian di wilayah desa tersebut (Sanjaya et al, 2020).

Masyarakat desa sepenuhnya terlibat dalam pengelolaan BUMDes dengan prinsip yang didasarkan pada kebutuhan, kepentingan, dan partisipasi desa itu sendiri. Mekanisme kerja diatur sedemikian rupa untuk mendukung kegiatan ekonomi masyarakat dalam suatu kelembagaan yang profesional, dengan berfokus pada pemanfaatan potensi alam yang dimiliki oleh desa tersebut. BUMDes diharapkan dapat menjadi pondasi kemandirian yang didasarkan pada aktivitas ekonomi masyarakat yang produktif dan efisien. BUMDes diharapkan dapat tumbuh sesuai dengan karakteristik unik dari desa tersebut, menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi desa melalui generasi pendapatan yang berkelanjutan. (Nugrahaningsih et al, 2021)

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan bagian dari upaya kontribusi yang diberikan oleh Institut Teknologi Telkom Purwokerto kepada masyarakat. PKM dijadikan sebagai bentuk konkret bantuan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Dalam pelaksanaan PKM ini, tim peneliti fokus pada kegiatan yang dilakukan di BUMDes Randurejo yang berlokasi di Desa Kedungrandu, Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

2. METODE

Konsep pembangunan yang berpusat pada rakyat (People Centred Development) melihat inisiatif yang berasal dari masyarakat sebagai sumber daya utama dalam proses pembangunan. Konsep ini juga menganggap kesejahteraan baik secara materiil maupun spiritual sebagai tujuan yang ingin dicapai. Dalam upaya mewujudkan pembangunan yang berpusat pada rakyat, dilakukan melalui pemberdayaan. Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya

merupakan upaya untuk mengubah kondisi masyarakat menjadi lebih mandiri, produktif, dan sejahtera.

Pemberdayaan masyarakat bertujuan menciptakan kemampuan bagi masyarakat untuk mengenali serta menelaah permasalahan yang mereka hadapi, membantu mereka dalam merumuskan beragam opsi untuk menyelesaikan masalahnya sendiri, dan mendorong kemampuan masyarakat dalam mengeksplorasi serta mengembangkan potensi yang dimilikinya. Namun, semua langkah tersebut bisa dilaksanakan dengan cara yang mudah, tepat, efektif, dan efisien. Berikut adalah tahapan-tahapan dalam pelaksanaan program kegiatan:

a. Penilaian awal (initial assessment) Permasalahan

Akan diadakan Diskusi Kelompok Terarah (FGD) secara daring guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kekurangan, potensi, dan hambatan yang ada di BUMDes Randurejo. FGD ini direncanakan melibatkan Pemerintah Desa, Pengurus BUMDes, pelaku UMKM, serta Tim dari Institut Teknologi Telkom.

b. Pembuatan Website dan Media Sosial BUMDes

Bersama pengurus BUMDes, akan dibuat format/desain website dan media sosial yang sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Konsep dari situs web dan platform media sosial akan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik yang dimiliki oleh BUMDes Randurejo.

c. Pendampingan dan Pelatihan Tata Kelola Website dan Media Sosial

workshop untuk memberikan pelatihan dalam pengelolaan Website dan Media Sosial. Pelatihan ini akan mencakup pendampingan bagi pengelola Website dan Media Sosial untuk memahami tata cara mengelola profil BUMDes serta strategi promosi produk yang menarik.

d. Pelatihan Digital Marketing

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai pemasaran digital dan konsep pasar daring kepada pengurus BUMDes Randurejo, Pemerintah Desa, pelaku UMKM, dan anggota Karang Taruna.

e. Penjajakan Kerja sama dengan Mitra Strategis BUMDes

Pendampingan kepada pengurus BUMDes untuk meningkatkan kerja sama dengan mitra strategis guna memperkuat aktivitas ekonomi desa dengan tujuan memperluas jejaring BUMDes dan mengembangkan bisnis yang ada di dalamnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah realisasi dari proses pengabdian yang telah dijalankan berdasarkan rencana kerja yang telah dirancang, yakni:

a. Penilaian Awal (Initial Assessment) permasalahan

Tujuan dari program ini adalah untuk melakukan identifikasi mendalam terhadap berbagai permasalahan yang ada, seperti kekurangan, potensi, dan hambatan yang terdapat di BUMDes Randurejo. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat ditemukan solusi bersama untuk menangani berbagai permasalahan yang ada. FGD ini dijadwalkan pada tanggal 2 April 2023 secara daring dengan kehadiran pihak pengurus BUMDes Randurejo, pelaku UMKM, dan Organisasi Sosial Karang Taruna Kedungrandu. Dalam FGD tersebut, BUMDes Randurejo, Karang Taruna Muda Kedungrandu, dan para pelaku UMKM berharap dapat meningkatkan sektor penjualan dengan memanfaatkan marketplace dan media sosial sebagai sarana untuk penjualan dan promosi. Diharapkan hal ini dapat memberikan dampak positif terhadap potensi apa pun yang ada di Kelurahan Kedungrandu.



Gambar 1. Forum Group Diskusi Mitra BUMDes Randurejo

b. Pembuatan Website dan Media Sosial BUMDes

Tujuan dari program ini adalah untuk menghasilkan format dan desain website serta media sosial yang sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat bersama sebelumnya. Konsep dari situs web dan media sosial tersebut akan disesuaikan dengan kebutuhan khusus yang dimiliki oleh BUMDes. Kegiatan ini dimulai dengan pembuatan konten Instagram, termasuk desain feed, story, highlight, dan template feed Instagram khusus bagi setiap mitra. Selain itu, kegiatan ini mencakup pembaruan media sosial Instagram yang sudah ada, seperti

memperbarui profil media sosial mitra-mitra, seperti menambahkan alamat dan mengubah profil Instagram menjadi akun bisnis. Kegiatan ini ditujukan kepada pengelola Bumdes Randurejo.



Gambar 2. Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Mitra BUMDes

c. Pendampingan dan Pelatihan Tata Kelola Website dan Media Sosial.

Tujuan dari program ini adalah memberikan pendampingan terkait tata kelola Website dan Media Sosial kepada peserta. Program ini bertujuan untuk memberikan panduan dalam pembuatan format atau desain yang menarik untuk website dan media sosial, serta memberikan bimbingan terkait cara mengelola profil BUMDes secara efektif sehingga dapat digunakan sebagai alat promosi produk yang menarik perhatian konsumen. Kegiatan ini meliputi penyelenggaraan Workshop yang berjudul "Pelatihan Tata Kelola Website dan Media Sosial" yang dijadwalkan pada tanggal 05 April 2023, akan dilaksanakan di Aula Kantor Desa Kedungrandu. Dalam workshop ini, akan ada tiga pemateri yang menyampaikan materi yang berbeda-beda. Pemateri pertama akan membahas strategi dalam pembuatan konten untuk media sosial dan website. Pemateri kedua akan mengulas mengenai desain grafis untuk keperluan promosi dan strategi branding, sementara pemateri ketiga akan membahas cara membuat video promosi menggunakan perangkat ponsel dengan cukup mudah.

Kemudian, setiap perwakilan dari mitra akan mendapatkan pendampingan dan pelatihan langsung dari setiap pemateri. Mereka akan diberikan panduan tentang cara efektif mengelola website dan media sosial, serta akan melakukan praktik langsung dalam pembuatan video menggunakan aplikasi yang mudah diakses dengan ponsel.



Gambar 3. Workshop Pengelolaan Media Sosial dan Website di Aula Kalurahan Kedungrandu

d. Pelatihan Digital Marketing

Pemasaran digital menggunakan berbagai media daring merupakan strategi yang ditujukan kepada pengelola BUMDes Randurejo, pemerintah desa, serta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan adanya pelatihan Digital Marketing ini, diharapkan para peserta mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, sehingga dapat meningkatkan penjualan secara online atau melalui platform digital.



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing di Balaidesa Kedungrandu

e. Penjajakan Kerja Sama dengan Mitra Strategis BUMDes

BUMDes Randurejo dari Desa Kedungrandu menjalin kerjasama dengan Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam melaksanakan program Pengelolaan dan Pendampingan yang berbasis pada Teknologi Informasi dan Komunikasi. Harapannya, kerja sama dengan Institut Teknologi Telkom Purwokerto akan membawa perubahan positif atau peningkatan dalam sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi bagi BUMDes Randurejo dan Desa Kedungrandu.



Gambar 5. Perjanjian Kerja Sama dengan Mitra

f. Foto Produk BUMDes

Tujuan dari pengembangan foto produk ini adalah untuk meningkatkan daya tariknya sehingga mampu menarik perhatian konsumen yang potensial. Kegiatan ini memanfaatkan properti sebagai sarana untuk meningkatkan daya tarik foto produk, dapat dilakukan menggunakan kamera maupun ponsel sebagai alat untuk menghasilkan media yang menarik. Setelah foto produk selesai, langkah selanjutnya adalah mengunggahnya ke akun Instagram atau Facebook Marketplace mitra yang terkait.



Gambar 6. Produk BUMDes

g. Pembuatan Banner BUMDes

Pembuatan banner ini bertujuan untuk memberikan identitas yang khas bagi BUMDes Randurejo. Banner tersebut akan ditempatkan di tiga lokasi strategis, di antaranya adalah di area Penyewaan Alat Berat/Pembangunan yang akan memuat informasi mengenai seluruh unit usaha BUMDes Randurejo. Kedua, banner akan ditempatkan di FoodCourt Madhang Bulak. Sedangkan, yang ketiga, banner akan dipasang di area agrowisata Green House (Wisata Buah) milik BUMDes Randurejo. Dengan pemasangan banner ini, diharapkan dapat menjadi media promosi atau iklan yang menarik perhatian banyak orang yang melihatnya, membantu dalam meningkatkan kesadaran dan minat terhadap layanan atau produk yang ditawarkan oleh BUMDes Randurejo.



Gambar 7. Pemasangan Banner BUMDes.

4. SIMPULAN

BUMDes Randurejo memiliki 3 unit usaha yaitu Persewaan, Produksi/retail dan Agrowisata. Produksi bergerak dalam bidang makanan dan jajanan, Persewaan bergerak dalam bidang persewaan alat berat bangunan dan Agrowisata bergerak dalam bidang Taman Buah yaitu Green House. Salah satu misi dari BUMDes Randurejo adalah untuk mengembangkan kerja sama ekonomi dengan berbagai BUMDes lainnya serta pihak-pihak lainnya. Oleh karena itu, penting untuk menjalin kerja sama dengan pihak-pihak yang lebih luas sehingga diperlukan media sebagai penghubung antara BUMDes Randurejo dengan pihak-pihak lainnya. Dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil, antara lain :

1. Focus Group Discussion (FGD) dijalankan dengan efisien dan lancar untuk melakukan evaluasi awal terhadap masalah. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan, peluang, serta kendala yang ada di BUMDes Randurejo.
2. Penjualan produk secara digital marketing dapat digunakan untuk menjembatani pihak BUMdes dimasa pasca pandemi supaya tetap dapat pemasukan melalui pemasaran E-commerce.
3. Memberikan kesempatan kepada Bumdes Randurejo untuk melakukan pelatihan bersama dengan mengagendakan pertemuan bersama untuk berdiskusi dalam satu forum membahas tentang Workshop tata kelola media sosial dan website, pelatihan digital marketing

dan pelatihan jurnalistik.

4. Terjalannya kerja sama dengan mitra strategis BUMDes bekerja sama dengan Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam pelaksanaan pengelolaan dan pendampingan berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- ANTARA. (2020). Penyebab BUMDes Mampu Bertahan saat Pandemi Covid-19 - Nasional Tempo.co. <https://nasional.tempo.co/read/1367196/penyebab-10-026-bumdes-mampu-bertahan-saat-pandemi-covid-19>
- Handajani, L., Abidin, Z., & Pituringsih, E. (2021). Pendampingan Perintisan Usaha BUMDes untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Peteluan Indah. *Abdi Insani*, 8(1), 10–17. <https://doi.org/10.29303/ABDIINSANI.V8I1.362>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, [bphn.go.id](http://www.bphn.go.id) (2014). <http://www.bphn.go.id/data/documents/14uu006.pdf>
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan Dan Pengelolaan, Dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa, (2015) (testimony of JDIH KEMENDES).
- Karinda, T., Waworundeng, W., & Kimbal, A. (2020). Tata Kelola Badan Usahan Milik Desa (BUMDes). *JURNAL POLITICO*, 9(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/view/32097>
- Rosyada, A., Zainuddin, A., Andriyani, S., & Wibowo, P. A. (2019). Pendampingan Pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Desa Kendalasesem Wedung Demak. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 235–243. <https://doi.org/10.31849/DINAMISIA.V3I2.3292>
- Veranita, M., Almamalik, L. and Ikhsan, S., 2022. Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), pp.89-96.
- Saputra, D. and Ulyana, D., 2021. Pelatihan Design Logo Sebagai Upaya Menanamkan Kesadaran Merek Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam. *IKRAITH-ABDIMAS*, Vol 4 No 1, pp.74-80.
- Rahmat Gunawan, Rini Malfiany and Hamdan Yosep Pane, 2021. Penerapan Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok UusDengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), pp.25-36.
- Prameswari, N., 2018. STRATEGI BRANDING INOVASI DESAIN KEMASAN BAGI HOME INDUSTRY SABUN CAIR. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), p.179.