

SEKDIMA: PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING BAGI BUMDES DESA GUWO KECAMATAN WONOSEGORO KABUPATEN BOYOLALI

Budi Utomo

Universitas Islam Negeri Salatiga, Indonesia

Email : budiutomo@iainsalatiga.ac.id

Abstact

Community service activities are carried out with the aim of providing assistance on digital marketing for Village Owned Enterprises (BUMDes) managers in order to assist BUMDes managers to develop digital or online marketing in marketing products. This form of service is carried out through training activities with the method of providing material through lectures, giving examples of case studies, discussions, direct practice and direct assistance to the BUMDes manager of Guwo Village, Wonosegoro District, Boyolali Regency. This Community Service (PKM) method uses the Participatory Action Research (PAR) method, carrying out activities to help resolve difficulties faced by BUMDes Maju Berkah Guwo Village. Service activities are carried out by introducing digital media as a means of promotion and providing training on how to develop digital media to promote BUMDes products. The results of community service stated that BUMDes managers were able to understand and receive training on digital marketing. The results of this community service contribute to BUMDes managers in doing marketing, especially in using online media that adapts to the era of technological advancement. Digital marketing assistance to BUMDes managers has benefits and positive influences.

Keyword: BUMDes; digital marketing

Abstrak

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan memberikan pendampingan tentang digital marketing bagi pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam rangka membantu para pengelola BUMDes untuk mengembangkan pemasaran secara digital atau online dalam memasarkan produk. Bentuk pengabdian ini dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan dengan metode pemberian materi secara ceramah, pemberian contoh studi kasus, diskusi, praktek langsung serta pendampingan langsung ke pengelola BUMDes Desa Guwo, Kecamatan Wonosegoro Kabupaten Boyolali. Metode Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR), melakukan kegiatan untuk membantu menyelesaikan kesulitan yang di hadapi BUMDes Maju Berkah Desa Guwo. Hasil pengabdian masyarakat menyatakan pengelola BUMDes mampu memahami dan mendapatkan pelatihan tetang digital marketing. Hasil pengabdian ini memberikan kontribusi bagi pengelola BUMDes dalam melakukan pemasaran terutama dalam menggunakan media online yang menyesuaikan era kemajuan tekhnologi.

Keywords: BUMDes, Digital Marketing,

Submitted: 2022-08-31	Revised: 2022-10-07	Accepted: 2022-10-11
-----------------------	---------------------	----------------------

Pendahuluan

Pemerintah Indonesia dibawah Kementerian Desa, Pembangunan Daerah tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) telah mengesahkan UU Desa No. 6 Tahun 2014 tentang Desa. Amanat dari UU Desa itu adalah harapan terwujudnya kemandirian desa yang semakin kuat. Salah satu adalah berdirinya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Sebagian orang memandang bahwa masyarakat desa hidup dengan serba pas-pasan dalam mencukupi kehidupan sehingga banyak diantara masyarkat desa yang pindah ke kota (urbanisasi) atau mencari pekerjaan dikota yang lebih menjanjikan dibandingkan hidup di desa. Harapan dari pendirian BUMDes diantaranya adalah meningkatkan kesejahteraan. Pengurangan

pengangguran, pengentasan kemiskinan dan berkurangnya kesenjangan antar desa (Wibisono, 2020).

Terdapat tiga alasan yang melatarbelakangi dibentuknya BUMDes, yakni pertama BUMDes menjadi sebuah badan usaha nirlaba atau lembaga non profit dengan tujuan bukan semata-mata mencari keuntungan. Kedua, kehadiran BUMDes menciptakan sesuatu yang baru, memberikan nilai tambah atau mensinergikan semua aktivitas-aktivitas ekonomi yang sudah ada. Ketiga, BUMDes berbentuk Social Enterprise, yaitu lembaga bisnis yang didirikan untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial, caranya dengan menciptakan nilai tambah (Creating Value), mengelola potensi dan aset (Managing Value) dan memberikan kemanfaatan sebesar-besarnya bagi warga (Darwita and Redana, 2018).

Pesatnya perkembangan teknologi yang sedang terjadi saat ini, dunia digital, dan internet tentu juga berdampak pada dunia pemasaran. Terjadinya trend pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional menjadi digital. Digital marketing merupakan aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya (Kannan and Li, 2017).

Terjadi sebuah tantangan baru dalam dunia bisnis, tantangan ini juga dihadapi oleh pengelola BUMDes. Pelatihan penggunaan teknologi dalam mendukung pemasaran secara online sangat diperlukan untuk menjamin keberlangsungan (sustainability) usaha dijamin yang serba digital ini, oleh karena itu diharapkan pengelola BUMDes berani membuka diri dengan beradaptasi di era ekonomi digital (Mahmudi and Damayanti, 2020).

Sesuai data yang diperoleh dari Dinas pemberdayaan masyarakat dan Desa (Dispermasdes) Kabupaten Boyolali terdapat 261 desa dan terdapat 261 BUMDes dengan program 1 desa 1 BUMDes yang ada di wilayah kabupaten Boyolali. Desa Guwo adalah salah satu desa yang ada di kecamatan Wonosegoro. BUMDes desa Guwo yang didirikan sejak tahun 2017 dan secara resmi beroperasi di tahun 2018 dengan mendapat penyertaan modal dari pemerintah melalui anggaran dana desa dalam mendorong menciptakan kesejahteraan dan kemandirian desa. Dalam perkembangannya BUMDes masih jauh dari harapan. Berbagai kendala yang dihadapi baik dari tata kelola BUMDes, manajerial dan sampai pada masalah pemasaran. Sampai saat ini BUMDes Maju Berkah desa Guwo masih menggunakan model pemasaran secara konvensional. Faktor masih kurangnya pengetahuan serta penggunaan internet dalam pengembangan aplikasi pemasaran. Sehingga perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan tentang digital marketing bagi pengelola BUMDes. *Sekdima* memiliki kepanjangan sekolah digital marketing dengan tujuan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pengelola BUMDes dan aparatur desa Guwo dalam hal pemasaran secara digital atau online.

Kegiatan pengabdian masyarakat akan diikuti oleh pengelola BUMDes serta perangkat desa sebanyak 20 peserta. Pengelola bumdes semua masih mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran secara online karena kurangnya pengetahuan dan pelatihan dalam menggunakan media digital. Harapan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini pengelola BUMDes dan aparatur desa Guwo lebih terbuka dan lebih termotivasi dalam mengelola dan mengembangkan BUMDes dengan menerapkan digital marketing. Oleh karena hal ini sangat penting untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Sekdima; Pendampingan Digital Marketing Bagi BUMDes Desa Guwo Kecamatan Wonosegoro, Kabupaten Boyolali".

Metode

Metode Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan participatory action research (PAR) dengan melibatkan masyarakat secara aktif. Secara spesifik metode pengabdian ini dilakukan dengan metode ceramah, diskusi serta tanya jawab. Kegiatan Pendampingan ini dilaksanakan untuk pengelola BUMDes Maju Berkah Desa Guwo Kecamatan Wonosegoro Kabupaten Boyolali dengan waktu pelaksanaan dan pendampingan 2 bulan yaitu bulan Agustus sampai dengan September 2021.

Pengabdian masyarakat ini diawali dengan silaturahmi ke kepala desa sekaligus untuk proses perizinan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dilanjutkan dengan pelaksanaan forum group diskusi secara terbatas dengan pengelola BUMDes. Meskipun pelaksanaan pengabdian ini masih dalam kondisi pandemi Covid-19 namun kegiatan pengabdian berjalan lancar dengan menerapkan protokol kesehatan. Kegiatan pelatihan berbentuk pemberian teori dan praktik dilaksanakan pada hari Selasa, 24 Agustus 2021 yang bertempat di balai desa Guwo.

Hasil dan Pembahasan

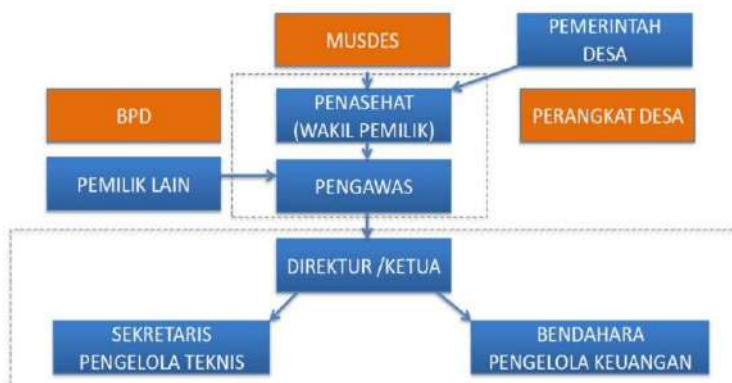
Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini secara keseluruhan bertujuan untuk meningkatkan kualitas penjualan khususnya dengan menggunakan media digital serta memaksimalkan potensi serta peran BUMDes Maju berkah. BUMDes yang didirikan sebagai lembaga berorientasi profit yang dimiliki oleh Desa, keberadaan BUMDes diharapkan mampu mendukung kemandirian desa sehingga desa semakin maju serta berharap mampu memberikan kesempatan masyarakat desa untuk mengembangkan potensi sekaligus peluang kerja kepada masyarakat meskipun dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas.

. Harapan tersebut dapat diwujudkan dengan terlebih dahulu dilakukan perbaikan atau optimalisasi tata kelola dan penerapan pemasaran secara digital atau online BUMDes. Merujuk pada tujuan awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka pendampingan digital marketing BUMDes Maju berkah terlebih dahulu dilakukan melalui tahapan identifikasi tata kelola BUMDes Tata kelola merupakan serangkaian struktur dan fungsi serta sistem dan proses yang telah ditetapkan untuk memastikan ketercapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya oleh suatu organisasi.

Tata Kelola Struktural BUMDes

BUMDes Maju Berkah Desa Guwo didirikan pada tanggal 22 Agustus 2017 di Desa Guwo Kecamatan Wonosegoro Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Jenis usaha yang dikembangkan adalah perdagangan yaitu Toko Kelontong, penyediaan pupuk dan benih jagung serta pembayaran listrik.

Dari segi legalitasnya, BUMDes Maju Berkah Desa Guwo didirikan berdasarkan Peraturan Desa (Perdes) Nomor 7 tahun 2017 yang ditetapkan pada bulan Agustus. Kelengkapan organisasi BUMDes tertuang dalam perdes. Adapun dari segi administrasi, BUMDes Maju Berkah Desa Guwo telah melengkapi identitas organisasi berupa struktur organisasi yang telah terpasang dan juga papan nama BUMDes. BUMDes Maju Berkah Desa Guwo juga telah membuat tugas pokok dan fungsi (tupoksi) dari setiap perangkat pengurus.



Gambar 1. Tata Kelola BUMDes

BUMDes Maju Berkah telah memiliki struktur pengawas, ketua, sekretaris, bendahara dan beberapa anggota. Untuk posisi penasehat, pada BUMDes dinamakan Pembina.

Pelaksanaan Pengabdian

Realisasi pelaksanaan pengabdian masyarakat tentang digital marketing di BUMDes Desa Guwo Kecamatan Wonosegoro Kabupaten Boyolali sebagai berikut:

1. Rancangan materi pelatihan

Kegiatan pengabdian ini disertai dengan berbagai materi serta alat yang digunakan dalam kegiatan pelatihan pendampingan digital marketing di BUMDes. Materi pelatihan berupa slide presentasi dan media online yang bisa digunakan dalam pemasaran produk-produk BUMDes Maju Berkah Desa Guwo.

2. Koordinasi pengelola BUMDes dan aparatur Desa

Pada tahap ini dilakukan koordinasi dan komunikasi secara intensif dengan para pengelola BUMDes dan aparatur desa supaya kegiatan pelatihan bisa berjalan dengan baik. Koordinasi ini tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, menetapkan lokasi serta hal-hal teknis dalam pelaksanaannya.

Kegiatan Pelaksanan Pengabdian

Motivation Improvement (Penguatan motivasi pengelola)

Pada tahap ini dilakukan penguatan motivasi dalam mengelola BUMDes yang efektif. Diawali dengan memberikan cerita motivasi dari BUMDes yang sukses dalam pengelolaannya dan penguatan motivasi dilakukan dengan permainan kelompok yang bisa menguatkan kerja sama tim BUMDes.

3. Penyajian Materi (Ceramah, diskusi dan tanya jawab)

Pada tahap ini peneliti melakukan penyampaian materi dengan menggunakan metode interaktif antar peserta. Prosesnya yaitu setelah penyampaian materi selanjutnya dibuka sesi tanya jawab atau dialog interaktif dengan topik tentang pemasaran online (digital marketing). Setiap peserta baik dari pengelola BUMDes dan aparatur desa dipersilahkan memberikan pertanyaan termasuk tentang kejadian atau kasus yang ditemukan dalam pengelolaan dan pemasaran produk dari BUMDes narasumber memberikan jawaban-jawaban dan respon dari semua pertanyaan yang peserta.

Pelatihan dan praktik secara langsung materi tentang penggunaan digital marketing serta manajemen pemasaran tentang bagaimana melakukan perencanaan pemasaran, menentukan aspek (segmen pasar, target pasar), menentukan strategi pemasaran. Penekanannya adalah bagaimana menggunakan media internet sebagai sarana promosi, membuat konten pemasaran, menjalin komunikasi dengan konsumen agar menjadi

pelanggan setia, pangsa pasar bertambah melalui pemberian informasi produk dan variasinya. Pada tahap ini juga dilakukan praktik instal aplikasi dan cara penggunaannya dalam pemasaran online.

Kegiatan pemaparan materi tersebut diselingi dengan diskusi dengan para peserta pelatihan. Dalam penyampaian materi ini peserta pelatihan antusias dalam mendengarkan pemaparan materi tentang digital marketing serta beberapa peserta menanyakan pertanyaan dan masalah-masalah harian yang dihadapi para pengelola BUMDes. Pengelola BUMDes menyampaikan bahwa kegiatan pelatihan ini sangat bermanfaat bagi para pengelola dikarenakan sebelumnya belum ada pelatihan dan pendampingan seperti ini.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan berkelanjutan dari pelatihan digital marketing. pendampingan ini dilakukan bersama dengan harapan BUMDes bisa melakukan pemasaran secara online serta mendapatkan hasil yang lebih baik.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian



Gambar 3. Pemaparan materi digital materi



Gambar 4. Peserta sekaligus Pengelola Bumdes

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan keahlian para pengelola Badan usaha milik desa Guwo dalam manajemen pemasaran terutama di era digital. Melalui pelatihan ini Pengelola BUMDes mampu meningkatkan penjualan terutama secara digital.

Hasil akhir dari pengabdian ini memberikan dampak yang positif bagi pengelola bumdes dalam memahami dan meningkatkan kemampuan dibidang digital marketing.

Daftar Pustaka

Abdurrahman, G. *et al.* (2020) 'Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Management*, 1(2), pp. 88–92.

Darwita, I. K. and Redana, D. N. (2018) 'Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Penanggulangan Pengangguran Di Desa Tejakula Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng', *Locus Majalah Ilmiah FISIP*, 9(1), pp. 51–60.

Hapsoro, B. B., Palupiningdyah and Slamet, A. (2019) 'Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), pp. 117–120.

Hidayati, *et all* (2020) 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang', *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), p. 119. doi: 10.33633/ja.v3i3.129.

Kannan, P. K. and Li, H. "Alice" (2017) 'Digital marketing: A framework, review and research agenda', *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), pp. 22–45. doi: 10.1016/j.ijresmar.2016.11.006.

Mahmudi, A. A. and Damayanti (2020) 'Penerapan Teknologi Informasi dan Pengembangan Manajemen BUMDES "Bangun Yuwana" Desa Sumberjo Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang', *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 01(03), pp. 164–167.

Oktaviani, F. (2018) 'Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness', 3(1), pp. 1–20.

Ryan, D. (2014) *Understanding digital marketing*. third edit. United State: Kogan page.
 Susanti, E. (2020) 'Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor', *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), p. 36. doi: 10.24198/sawala.v1i2.26588.

Wibisono, A. F. (2020) 'Optimalisasi Fungsi Bumdes Melalui Inovasi Dan Manajemen Organisasi Sebagai Upaya Meningkatkan Kemandirian Desa', *Jurnal Abdimas Madani dan Lestari (JAMALI)*, 2(1), pp. 1–9. doi: 10.20885/jamali.vol2.iss1.art1.

Yasmin, *et all* (2015) 'Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age : An Empirical Study', 1(5), pp. 69–80.