

**PENGUATAN *DIGITAL MARKETING* PADA BUMDES SEBAGAI
UPAYA PERCEPATAN PENCAPAIAN SDGS DESA**

Nurhayati¹, Salma Fauziyyah^{2*}, Deasy Wulandari³, Alif Mirzania⁴,

Susanti Prasetyaningtiyas⁵

1, 2, 3, 4, 5 Universitas Jember

Abstrak

BUMDES merupakan salah satu program pemerintah untuk pemberdayaan dan kemajuan ekonomi lokal. Tantangan terbesar BUMDES adalah terbatasnya pengembangan usaha dan penguatan manajemen. Permasalahan objek pengabdian ini adalah kurangnya pemahaman mitra terkait manajemen usaha dan strategi pemasaran digital. Pelaku bisnis belum memahami urgensi manajemen bisnis digital dalam jangka panjang. Tujuan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk unggulan desa menampu melalui BUMDES Jaya abadi dengan meningkatkan pemahaman terkait manajemen bisnis digital sebagai upaya percepatan pencapaian SDGs Desa. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan sosialisasi dan pelatihan. Hasil pengabdian kepada Masyarakat ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku bisnis di bawah naungan Bumdes Jaya Abadi terkait digital marketing.

Kata kunci: Digital Marketing, Bumdes, SDGs Desa

Abstract

BUMDES is one of the government programs for empowerment and progress of the local economy. The biggest challenge for BUMDES is the limited business development and management strengthening. The problem with this service object is the partners' lack of understanding regarding business management and digital marketing strategies. Business people do not yet understand the urgency of long-term digital business management. The aim of this community service activity is to increase sales of superior products in the village through BUMDES Jaya Abadi by increasing understanding regarding digital business management as an effort to accelerate the achievement of the Village SDGs. The implementation method uses a socialization and training approach. The result of this community service is an increase in the knowledge and abilities of business people under the auspices of Bumdes Jaya Abadi regarding digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, Bumdes, the Village SDGs

1. PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) didirikan oleh pemerintah guna menggalakkan program strategis untuk pemberdayaan desa. BUMDES adalah badan hukum yang didirikan oleh desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan, dan menyediakan jasa usaha lainnya untuk kesejahteraan masyarakat desa (Permendes PDDT 3 Tahun 2021). Tantangan terbesar yang umumnya dialami oleh BUMDES adalah sektor pengembangan usaha melalui penciptaan inovasi dan penguatan manajemen. Inovasi itu sendiri merupakan proses memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas (Hartini, 2012).

Inovasi sangat dibutuhkan dalam sebuah manajemen bisnis. Suherman (dalam Yudiman et al, 2020) menyatakan bahwa manajemen bisnis adalah seni dan ilmu yang digunakan sebagai alat untuk melakukan proses pengelolaan sumberdaya dan sumber dana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengelolaan BUMDES secara umum masih menggunakan manajemen bisnis yang rendah, skala kecil dan strategi bisnis yang kurang dapat bersaing. Oleh sebab itu diperlukan pengelolaan manajemen yang baik, agar mampu mendukung program percepatan pencapaian SDGs Desa. SDGs Desa merupakan upaya terpadu guna membangun ekonomi, sosial, lingkungan, hukum dan tata kelola masyarakat di tingkatan desa. Pengabdian ini berfokus pada tipologi desa ekonomi tumbuh merata (tipologi2) dan tujuan SDGs desa yang ke 9 yaitu : infrastruktur dan inovasi desa sesuai kebutuhan.



Gambar 1. Program SDGs Desa
Sumber: Kementerian Desa (2023)

BUMDES Jaya Abadi yang berdiri sejak tahun 2017 berlokasi di Desa Menampu, Kecamatan Gumukmas, Kabupaten Jember. Produk unggulan bumdes ini yaitu budidaya burung puyuh, baik telur maupun daging. Selama ini pemasaran burung puyuh hanya mengandalkan pengepul saja dan dampak pandemi Covid 19 menyebabkan pengusaha melakukan peralihan metode pemasaran dari pemasaran konvensional (*offline marketing*) menjadi pemasaran digital (*online marketing*). Pemasaran digital adalah proses strategi dalam membuat, mendistribusikan, mempromosikan, dan memberikan harga serta pelayanan yang baik kepada target

market melalui internet atau media digital (Sarasuti, 2017). Menurut Putoandi (dalam Pratiwi, 2021) manfaat penggunaan *digital marketing* antara lain, membangun *personal branding*, memperluas pemasaran, membangun komunikasi langsung dengan konsumen, dan persebaran informasi produk yang cepat.

Usaha budidaya masyarakat Desa Menampu didukung oleh banyak pihak, hal ini tercermin dari terpilihnya Desa Menampu sebagai desa binaan Universitas Jember pada tahun 2022. Tim pengabdian akan membantu mengimplementasikan manajemen bisnis digital dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan di bidang *digital marketing*.

Kendala utama yang dihadapi mitra pengabdian adalah kurangnya pemahaman mitra terkait manajemen usaha dan strategi pemasaran digital. Mitra belum memahami urgensi manajemen bisnis digital dalam jangka panjang.

Berdasarkan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu melaksanakan sosialisasi dan pelatihan manajemen bisnis berbasis digital di Bumdes Menampu sebagai upaya percepatan pencapaian SDGs desa. Rencana kegiatan pengabdian ini merupakan upaya yang dilakukan guna membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Menampu, yang merupakan salah satu desa binaan Universitas Jember.

2. METODE PELAKSANAAN

Waktu dan lokasi pengabdian yaitu pelaksanaan mulai bulan Maret – Oktober 2023 di Desa Menampu Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. Khalayak Sasaran adalah semua pelaku bisnis di Desa Menampu Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. Mitra pengabdian dalam kegiatan ini adalah Kepala Desa Menampu yang menaungi BUMDES Jaya Abadi. Metode pendekatan yang digunakan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Sosialisasi.

Metode ini dilakukan dalam bentuk pemberian ceramah tentang program pengabdian desa binaan yang dilakukan oleh tim FEB Universitas Jember. Selain itu mitra juga diberikan ceramah mengenai urgensi digital business, pengelolaan dan penyusunan keuangan, serta inovasi produk burung puyuh.

2. Metode Pelatihan.

Metode ini dilakukan dengan cara berupa *training* yang terdiri dari beberapa kali pertemuan dalam satu tahun pelaksanaan pengabdian program desa binaan. Pelatihan ini nantinya akan dilakukan oleh dosen yang terlibat dalam tim pengabdian sesuai bidang kompetensinya. Selain itu juga didukung oleh keterlibatan mahasiswa untuk membantu kelancaran proses pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi/Pengenalan Program Pengabdian

Kegiatan pada tahap pengenalan program pengabdian diisi dengan sosialisasi terhadap perwakilan pihak desa menampu dan bumdes Jaya Abadi terkait kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Sosialisasi dilakukan dengan menjelaskan program dosen mengabdikan ke desa serta pengenalan anggota tim. Kegiatan tersebut dihadiri oleh ketua Bumdes Jaya Abadi dan perwakilan perangkat desa.

Para pengelola Bumdes dan perwakilan desa menyambut baik program pengabdian ini dan bersedia untuk bersinergi untuk menyukseskan program pengabdian ini karena program tersebut juga dapat digunakan untuk mengembangkan Bumdes di Desa Menampu. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengenalan program

pengabdian ini terkait waktu, target sasaran, metode, dan teknis pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan. Kegiatan ini juga membahas target luaran yang akan dihasilkan yaitu jurnal pengabdian dan media publikasi yang akan dituju.

Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan berikutnya yang dilakukan yakni pelatihan mengenai *digital marketing*. Pelatihan ini membahas tuntas mengenai strategi marketing dengan memanfaatkan media sosial, langkah-langkah menggunakan OMNI Channel, mengetahui *customer journey*, dan lain-lain. Adanya pelatihan mengenai digital marketing, membuat masyarakat Desa Menampu dapat belajar tentang bagaimana memasifkan promosi produknya. Selain itu, dengan memanfaatkan *digital marketing* juga dapat membuat produk hasil olahan masyarakat Desa Menampu menjadi lebih dikenal tidak hanya di Desa Menampu sendiri melainkan di seluruh daerah Kabupaten Jember atau bahkan dikenal oleh masyarakat diluar Kabupaten Jember.

Pelatihan ini disampaikan langsung oleh Bapak Agus Sakti S.Psi., M.M. selaku *digital marketer* yang telah mendapat sertifikat BNSP RI. Masyarakat sangat menyambut baik adanya pelatihan ini, terbukti dengan banyaknya masyarakat yang bertanya tentang bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi serta cara-cara menjual produk melalui *market place*.

Peningkatan kesadaran pelaku bisnis akan pentingnya *digital marketing* diawali dengan penyamaan *mindset* terkait bisnis digital. Mindset tersebut antara lain siap sukses dan gagal (yaitu konsisten pada setiap stage perkembangan bisnis); punya mentor (yaitu hal yang sangat penting untuk mengurangi kesalahan pada bisnis); dan memiliki partner (merupakan hal yang opsional, partner juga penting untuk sharing ide-ide baru dan modal usaha).

Poin penting yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan ini adalah sebagai berikut: Setiap orang memiliki preferensi saluran digitalnya yang masing-masing dan cara setiap orang menggunakan saluran digital cenderung berbeda-beda; Idealnya, kita harus hadir di setiap saluran yang mungkin digunakan oleh konsumen kita; Masing-masing saluran digital harus memiliki fungsi yang saling menguatkan untuk membantu perjalanan konsumen kita; Dengan memanfaatkan dan menyusun *omni channel*, kita bisa memaksimalkan potensi penjualan produk kita



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing

4. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Setelah kegiatan pengabdian pelatihan dan pendampingan digital marketing dilaksanakan, diharapkan mampu antara lain:

1. Meningkatnya pemahaman pelaku bisnis terhadap pentingnya/urgensi pemanfaatan digital marketing dalam jangka Panjang di era saat ini.
2. Meningkatnya ketrampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan digital marketing dan mengaplikasikan strategi pemasaran digital untuk usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018. Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019. 20 September 2018.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. 14(1):82–88.
- Pratiwi, A. A. M. (2021). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*. 3(2):73–81.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online. *Visi Komunikasi*. 16(01):71–90.
- Yadiman, Ghani, Y. A., & Hamzah, F. (2020). Problematis Realistis Manajemen Bisnis dan Bisnis Manajemen. *Jurnal Sain Manajemen*. 2(2):6–11.