

Pemberdayaan BUMDes dan UMKM Desa Kace Timur Melalui Promosi Produk Berbasis Digital

Darman Saputra^{1*}, Hamsani¹, Ari Agung Nugroho¹, Dony Yanuar¹, Ary Fakturrachman Aryansyah¹, Ryand Daddy Setyawan²

¹Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Bangka, Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Program Studi Bisnis Digital, Bangka, Indonesia

Email: ^{1*}darman-saputra@ubb.ac.id, ²hamsani@ubb.ac.id, ³agung-nugraha@ubb.ac.id, ⁴dony-yanuar@ubb.ac.id,

⁵aryfakturrachman@ubb.ac.id

Abstrak– Selaras dengan pola program kemitraan masyarakat yang bersifat sebagai problem solver, berkelanjutan pada kelompok sasaran mitra strategis secara ekonomi yang meliputi tata laksana usaha, pemasaran sehingga masyarakat dapat hidup mandiri secara ekonomi, terlebih BUMDes juga merupakan salah satu saka perekonomian desa, oleh karena itu BUMDes harus dimantapkan tugas pokok dan fungsinya yang mana salah satu cara yang ditempuh adalah dengan membuat atau memberi sentuhan manajemen profesional di dalam menjalankan setiap aktifitas usahanya yang salah satunya adalah implementasi manajemen pemasaran modern yang berbasis teknologi informasi yakni memberdayakan melalui sosialisasi, edukasi dan pendampingan yang terbalut dalam program kemitraan masyarakat ini. Program kemitraan masyarakat ini diimplementasikan di Desa Kace Timur yang terletak di Kecamatan Mendo Barat, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia dengan mitra sasaran adalah pengurus atau penelola Badan Usaha Milik Desa Berdikari. Persiapan awal dilakukan dengan melakukan koordinasi dan sosialisasi kegiatan meliputi pertemuan dengan pihak aparat Desa baik adat maupun dinas, Badan Permusyawaratan Desa, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, serta beberapa penglingsir maupun tokoh masyarakat setempat mengenai pelaksanaan program ini yang meliputi: tujuan, manfaat, sasaran, alur kegiatan dari program kemitraan masyarakat ini. Persiapan juga meliputi perencanaan tempat dan sarana dan prasarana yang diperlukan selama proses kegiatan.

Kata Kunci: Pemberdayaan; Promosi; Produk; Digital

Abstract– In line with the pattern of the community partnership program which is a problem solver, sustainable for the target group of strategic partners economically which includes business management, marketing so that people can live economically independently, moreover BUMDes is also one of the pillars of the village economy, therefore BUMDes must be the main tasks and functions are strengthened, one way to do this is by creating or giving a touch of professional management in carrying out every business activity, one of which is the implementation of modern information technology-based marketing management, namely empowering through socialization, education and mentoring wrapped in the program this community partnership. This community partnership program was implemented in East Kace Village, located in West Mendo District, Bangka Regency, Bangka Belitung Islands Province, Indonesia with the target partners being the management or managers of the Berdikari Village-Owned Enterprises. Initial preparations were carried out by coordinating and socializing activities including meetings with village officials, both customary and official, the Village Consultative Body, Community Empowerment Institutions, as well as several lingsir and local community leaders regarding the implementation of this program which includes: objectives, benefits, targets, flow of activities of this community partnership program. Preparation also includes planning the place and facilities and infrastructure needed during the activity process.

Keywords: Empowerment; Promotion; Product; Digital

1. PENDAHULUAN

Era digitalisasi saat ini yang dibutuhkan adalah keterampilan yang berlainan bila dibandingkan dengan era sebelumnya. Kompetensi teknologi informasi menjadi sangat urgen dalam era saat ini. Diperlukan kolaborasi antara dunia akademik dengan industri untuk mengakselerasi realisasi Industri 4.0. Revolusi industri 4.0 diproyeksi akan memberi dampak negatif secara ekonomi terutama bagi negara berkembang yang masih memiliki disparitas sosial ekonomi yang relatif tinggi. Untuk itulah aktualisasi maupun implementasi dari penggunaan teknologi informasi mutlak dilakukan. Revolusi industri juga akan memunculkan ekonomi yang berbasis teknologi atau sering diistilahkan dengan sebutan digitalisasi ekonomi (Suwardana, 2017). Pelaku usaha harus mau dan berani mengejawantahkan sistem digital dalam menjalankan aktivitas usahanya mengingat banyak manfaat yang akan didapatkan melalui pemanfaatan sistem digitalisasi ini diantaranya mampu mengakselerasi transformasi aktivitas usaha, ketepatan serta efisiensi dalam pertukaran informasi dalam kuantitas yang besar atau dengan kata lain pemanfaatan teknologi informasi merupakan salah satu strategi yang mampu meningkatkan daya saing usaha bisnis (Prasetyo, 2018).

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital, pada sektor riil tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Trend pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Digital marketing merupakan kombinasi pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan

informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Digitalisasi marketing melalui pemanfaatan teknologi ini sangat perlu diimplementasikan pada pengembangan entitas bisnis skala mikro yang terletak di pedesaan seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah maupun BUMDes membutuhkan tiga pilar utama yaitu: (1) pilar pertama adalah kelembagaan dan bisnis, BUMDes yang telah memiliki legalitas badan hukum didorong mendirikan unit usaha berbasis potensi desa, melalui pencocokan usaha dengan potensi desa agar mampu menjadi penggerak ekonomi desa; (2) pilar kedua adalah akses keuangan, optimalisasi aktivitas ekonomi masyarakat desa melalui ketersediaan akses keuangan di BUMDes; (3) pilar ketiga adalah digitalisasi, selain berperan sebagai offtaker terhadap hasil produksi masyarakat desa, Terkait dengan ketiga pilar yang dibutuhkan dalam pengembangan BUMDes tersebut, maka digitalisasi keuangan dan marketing bagi BUMDes sangatlah urgent dan mendesak untuk dilakukan mengingat BUMDes mempunyai peran yang sangat strategis bagi perputaran roda perekonomian di desa itu sendiri.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Pemaparan Materi Promosi Digital

Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung pada tanggal 11 September 2022. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat sudah dilaksanakan dimana terdiri dari kegiatan Survei yang dilakukan sebanyak 2 kali yaitu ke Lokasi Pengabdian 1 kali dan Galeri UMKM Desa Kace Timur. Beberapa hal yang sudah dilakukan diantaranya:

1. Pendampingan dari sisi keuangan dan perpajakan serta kegiatan ekspor ke negara yang melakukan pembelian produk
2. Pemaparan materi tentang UMKM menuju digitalisasi
3. Strategi UMKM dalam masa pandemi dan bangkit di masa mendatang.

Sosialisasi produk secara digital dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Sosialisasi Promosi Produk Secara Digital

2.2 Pengembangan BUMDes

Adapun tahapan-tahapan dalam melaksanakan kegiatan program kemitraan masyarakat ini ini adalah sebagai berikut: (1) melaksanakan sosialisasi dan diskusi, kegiatan sosialisasi dan diskusi dilakukan kepada pengelola BUMDes mengenai pentingnya penggunaan teknologi informasi dalam menjalankan usaha, terutama untuk melaksanakan sistem pemasaran digital, hal ini penting untuk dilakukan agar terbentuk paradigma baru bahwa penggunaan teknologi informasi dalam hal digitalisasi marketing itu sangatlah penting terutama di era digitalisasi revolusi 4.0 seperti sekarang ini; (2) pemberdayaan pengelola BUMDes dalam pemanfaatan teknologi digital marketing, pemberdayaan pengelola BUMDes Berdikari Desa Kace Timur disini dilakukan dengan cara memberikan edukasi secara mendetail dalam membuat sebuah akun media berbasis digital yang sederhana sehingga dapat diterapkan langsung kepada pengelola BUMDes, pihak pengelola akan diberikan modul ringkas yang berisi tentang pemanfaatan teknologi informasi khususnya pemasaran digital dalam menunjang kegiatan pemasaran bagi BUMDes.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari dua tahap pelaksanaan pendampingan tersebut, tim menemukan permasalahan-permasalahan yang terbagi atas tiga aspek berikut ini:

1. Permasalahan Produksi Dilihat dari segi produksi, usaha ini tidak terlalu menemui kendala berarti dalam memenuhi pesanan yang dapat dikatakan lumayan tinggi. Untuk mengatasi hal tersebut pengusaha lidi nipah biasanya membagi pesanya dengan rekan sesama pengrajin, yang secara kualitas dapat dipertanggungjawabkan. Kemudian, dari hasil observasi, ditemukan tidak tersedianya ruang penyimpanan (gudang) yang memadai untuk bahan baku, dan barang yang sudah jadi. Bahan baku dan barang jadi yang diletakkan di tempat yang sama beresiko pada kerusakan yang pada akhirnya menurunkan kualitas produk. Sehingga, kedepannya, diperlukan penambahan luasan area produksi atau jika tidak memungkinkan minimal melakukan perubahan tata letak tempat produksi agar mampu mengakomodasi penyimpanan bahan baku maupun barang jadi.
2. Permasalahan Manajemen Keuangan Dari hasil observasi dan wawancara di lapangan, ditemukan adanya permasalahan manajemen keuangan yaitu pembukuan administrasi keuangan. Asal dapat membiayai produksi pesanan, dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, berarti kondisi keuangan perusahaan masih sehat. Hal ini harus menjadi perhatian serius karena dengan manajemen keuangan “tradisional” seperti ini sangat beresiko bagi kelangsungan perusahaan ke depan. Seharusnya, dilakukan pemisahan antara keuangan perusahaan dan juga keuangan pribadi.
3. Permasalahan Pemasaran Permasalahan pemasaran dalam usaha ini sebenarnya lebih menitik beratkan pada bagaimana memaksimalkan profit dengan cara mendapatkan direct costumer. Hal ini dikarenakan, adanya ketimpangan prosentase laba kurang seimbang, dimana produsen dengan tingkat resiko bisnis yang lebih besar seharusnya memperoleh prosentase laba yang lebih besar daripada broker nya. Penyebab dari terjadinya hal tersebut dikarenakan kurang adanya usaha melakukan kegiatan periklanan lewat berbagai media seperti media cetak, elektronik, maupun secara online (web, media sosial, online shop) untuk brand activation dan meningkatkan brand awareness.



Gambar 2. Sosialisasi Pengembangan BUMDes

Kegiatan persiapan pertama yang dilakukan adalah penentuan lokasi kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemberdayaan BUMDes dan UMKM melalui promosi produk berbasis digital. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kantor desa Kace Timur. Persiapan awal dilakukan dengan melakukan koordinasi dan sosialisasi kegiatan meliputi pertemuan dengan pihak aparat Desa baik adat maupun dinas, Badan Permusyawaratan Desa, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, serta beberapa penglingsir maupun tokoh masyarakat setempat mengenai pelaksanaan program ini yang meliputi: tujuan, manfaat, sasaran, alur kegiatan dari program kemitraan masyarakat ini. Persiapan juga meliputi perencanaan tempat dan sarana dan prasarana yang diperlukan selama proses kegiatan.

Penerapan teknologi informasi sangat penting untuk segera dilakukan mengingat teknologi informasi memiliki peran strategis bagi tata kelola maupun pengembangan suatu entitas bisnis, terutama dalam bidang pemasaran terlebih saat ini sudah memasuki era baru industry 4.0. Peranan teknologi informasi dalam bidang marketing manajemen misalnya meningkatkan efisiensi dan efektifitas, mengembangkan kinerja perusahaan, untuk perlindungan asset dan meningkatkan produktivitas, mempermudah pekerjaan. Dalam ilmu ekonomi dan bisnis terdapat istilah siklus Hidup (Suryanto, 2018). Konsep tersebut membagi kondisi produk atau entitas usaha ke dalam beberapa siklus. Teori ini juga berlaku untuk BUMDes Berdikari, dimana BUMDes melalui beberapa tahapan sebelum mencapai tahap kedewasaan. Persoalan yang muncul, banyak BUMDes mengalami kesulitan bahkan untuk bertahan pada setiap tahapannya.

Pengembangan organisasi sangatlah diperlukan dalam suatu organisasi. Karena, di zaman modern ini organisasi harus mampu mempertahankan eksistensinya dan mampu bersaing dengan organisasi-organisasi yang

lain. Organisasi itu dikatakan berhasil apabila organisasi tersebut mampu mengikuti perkembangan saat ini dan tujuan dari organisasi tersebut dapat tercapai. Ada dua faktor penyebab dilakukannya pengembangan organisasi yaitu: kekuatan eksternal dan kekuatan internal. Kekuatan eksternal meliputi: kompetisi yang semakin tajam antar organisasi, perkembangan IPTEK, perubahan lingkungan (baik lingkungan fisik maupun sosial). Sedangkan, pada kekuatan internal meliputi: struktur, sistem dan prosedur, perlengkapan dan fasilitas, proses dan sasaran (Adawiyah, 2018).

Ada dua alasan mengapa pengembangan organisasi sangatlah diperlukan dalam suatu organisasi. Alasan yang pertama yaitu: struktur imbalan dalam pekerjaan tidak cukup memperkuat pelatihan konvensional, sehingga seringkali gagal mengalihkan hasil belajar dalam pekerjaan. Terlalu banyak program yang dirancang dengan baik akan tetapi mengalami kegagalan karena faktor lingkungan kerja yang tidak mendukung. Sedangkan alasan yang kedua yaitu: laju perubahan yang berlangsung dengan cepat, yang mengharuskan organisasi untuk benar-benar luwes dalam rangka melangsungkan hidupnya dan untuk memperoleh keuntungan.

Pengembangan UMKM berbasis kerakyatan sebagai sasaran utama pembangunan perlu dilandasi komitmen positif, selain melakukan koordinasi yang baik antara pebisnis dan stakeholder dengan mengaplikasikan strategi agresif berbasis kemitraan. Langkah strategis yang segera perlu dilakukan adalah pengembangan mutu sumber daya manusia berjiwa wirausaha, teknologi, dan informasi terkini, akses pendanaan berbiaya rendah dan pemasaran secara agresif. Kemudian, diikuti dengan upaya peningkatan efisiensi dan produktivitas secara berkelanjutan sedemikian rupa sehingga mampu membangkitkan daya saing. Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu terobosan inovatif yang harus terus digalakkan dan diperluas cakupannya demi upaya untuk pemerataan pendapatan.

Keberadaan Badan Usaha Milik Desa Mangesta secara langsung maupun tidak langsung diharapkan mampu memberikan makna dalam kehidupan para pengelola, konsumen dan masyarakat. Melalui program kemitraan dengan masyarakat Desa, BUMDes Berdikari Desa Kace Timur mampu menghimpun output produksi masyarakat maupun Usaha mikro kecil setempat seperti lidi nipah, serta cukup mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar seperti layanan penjualan Pulsa Ponsel, Fotokopi, Kebutuhan sembako (makanan ringan, air minum kemasan, minyak goreng, sabun), pembayaran listrik, pulsa. Hal tersebut dirasa cukup mampu menjadi sarana meningkatkan denyut nadi perekonomian desa mengingat topografi masyarakat yang bermata pencaharian dalam bidang agraris dalam arti luas dan perdagangan skala mikro, kecil dan menengah. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) banyak berjasa terkhusus bagi perekonomian Indonesia dari hantaman krisis ekonomi dekade 1998 (Herawati et al., 2020).

Pendekatan yang dilakukan untuk menumbuhkan sektor usaha kecil adalah dengan memperhatikan potensi sosial ekonomi daerah, regulasi yang ramah, pembukaan akses - akses usaha kecil ke pasar yang lebih luas atau introduksi usaha baru yang layak dan menguntungkan, penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) beserta supporting systemnya, sedangkan untuk mengembangkan sektor usaha kecil dilakukan dengan memperkuat dan meningkatkan akses permodalan, manajemen usaha, teknologi, pemasaran dan standarisasi kualitas produk (Krisna, 2018b).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pemberdayaan BUMDes dan UMKM desa Kace Timur melalui promosi produk berbasis digital, didapatkan beberapa kesimpulan antara lain: Kegiatan berlangsung secara lancar dengan sambutan antusias para perangkat desa dan perangkat BUMDes serta para pelaku UMKM di desa Kace Timur yang mengikuti kegiatan ini menunjukkan hasil pemahaman tentang digitalisasi bisnis yang memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM. Adanya dukungan masyarakat sekitar dalam kegiatan sosialisasi pemberdayaan BUMDes dan UMKM dalam upaya peningkatan penggunaan media digital dalam menjalankan usaha. Diperlukan upaya yang lebih komprehensif dan berkelanjutan dalam upaya mengenalkan dan menumbuhkan pemahaman mengenai digitalisasi dalam dunia usaha kepada masyarakat dengan melibatkan berbagai pihak yang terkait agar masyarakat paham menggunakan media digital dalam mengembangkan bisnis dan terhindar dari pengaruh negatif media digital yang merugikan.

REFERENCES

- Adawiyah, R. (2018). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Aspek Modal Sosial (Studi pada BUMDes Surya Sejahtera, Desa Kedungturi, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo). Universitas Airlangga.
- Adwitya Sanjaya, P. K. (2018). Etika Bisnis Dan Entrepreneurship Dalam Pembangunan Ekonomi Bali: Dalam Perspektif Hindu. Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama Dan Kebudayaan, 18(1), 93– 101. <https://doi.org/10.32795/ds.v1i18.106>
- Asis, P. H., Marjani, M., & Ma'ruf, A. A. (2020). Penggunaan Pemasaran Digital (Digital Marketing) Sebagai Pendukung Pengembangan Usaha Pada Kelompok Pengrajin Anoa Art. CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 345–352
- Herawati, N. T., Kurniawan, P. S., Sujana, E., Dewi, P. E. D. M., & Dewi, L. G. K. (2020). Pemanfaatan Financial Technology Dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Dan Kecil. CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 179–186.

- Krisna, A. (2018a). Metode Mudah Memahami Pengantar Ekonomi Makro (P. S. Wibawa, Ed.; 1st ed.). CV Sastra Darmastuti.
- Prasetyo, B., & Trisyanti, D. (2018). Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial. IPTEK Journal of Proceedings Series. No. 5
- Satya, V. E. (2018). Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0. Info Singkat, 10(9), 19–24.
- Setyobakti, M. (2018). Identification of Business Enterprises Bumdes Based on Social and Economic Aspect (Case Study at Bumdes Ijen Lestari Tamansari Village District of Banyuwangi). Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen (JEMA), 14(2).
- Suwardana, Hendra. (2017). Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental. Tuban: Universitas PGRI Ronggolawe. Vol.1, No.2
- Suryanto, R. (2018). Peta jalan BUMDES sukses. Yogyakarta: PT Syncore Indonesia.
- Zandri, L. P., Putri, N. D. N., & Fahmi, R. A. (2018). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dharma Utama.