

Digital Marketing For Development BUMDes Convection “D&R Collection” Di Desa Darmawanggi

Erpi Rahman¹, Sophia Annisa²
¹²Universitas Sebelas April Sumedang
erpirahman@gmail.com, sophiannisa92@gmail.com

Article Info	ABSTRACT (10 PT)
Article history: Received Jun 12, 2022 Revised Feb 20, 2022 Accepted March 17, 2022	<i>The BUMDesa (Badan Usaha Milik Desa – Village-owned Enterprises) is an organisation to discover the village potentials, especially its economic potential. As in Darmawanggi Village, there were many businesses that cooperated with BUMDes, one of which was the "D&R Collection", a clothing business. This business was established in 2019. During the COVID-19 pandemic, its sales fell down as customer cut their orders. The purpose of this research was to develop this fashion business as well as to increase its sales and revenues. The methods used in collecting the data were observation and interviews with the owner. The results of this study represented that people of Darmawanggi Village were required to be connected with the Job Training Center (Balai Latihan Kerja - BLK) for sewing training and to utilize social media to promote its products online. It was expected that this strategy would boost sales and revenues of this clothing business as well as could develop other BUMDes partners' businesses</i>
Keywords: <i>BUMDes, digital marketing</i>	



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Erpi Rahman¹,

Program Study Akuntansi,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No 19 Sumedang Utara Sumedang.
Email: erpirahman@gmail.com

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) adalah program yang berorientasi pada pelayanan masyarakat dan penerapan ilmu pengetahuan teknologi dan seni terutama dalam pelayanan masyarakat dan penerapan ilmu pengetahuan teknologi dan juga seni terutama dalam menyelesaikan permasalahan masyarakat dan memajukan kesejahteraan bangsa. Perguruan tinggi dituntut mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimilikinya untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Setiap perguruan tinggi harus dapat memenuhi Standar Nasional PKM. Penerapan Standar PKM tersebut diharapkan menjadi pendorong bagi perguruan tinggi untuk dapat mewujudkan keunggulan program PKM di perguruan tinggi, meningkatkan daya saing perguruan tinggi di bidang PKM, meningkatkan angka partisipasi dosen dalam melaksanakan PKM, dan meningkatkan kapasitas pengelolaan PKM rakat di Perguruan Tinggi.

Desa merupakan bagian terkecil dan struktur pemerintahan dan merupakan pusat dari kegiatan perekonomian bangsa. Maka pembangunan dimulai dari tahap bawah yaitu desa. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa. Untuk itu pemerintah menerapkan ancangan yang diharapkan sanggup untuk mendorong gerak ekonomi desa melalui BUMDes yang mewadahi kewirausahaan desa untuk dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat desa Undang-Undang

No.6 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah, Desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa sesuai dengan potensi desa guna untuk mawadahi aktifitas dan perekonomian masyarakat desa. Dengan pendirian BUMDes, maka bisa menggali kreaifitas masyarakat desa dan sumber daya desa yang akan menghasilkan pendapatan asli daerah dari berbagai usaha yang telah dikelola BUMDes serta pembangunan desa dan perekonomian desa menjadi lebih meningkat. Pembentukan BUMDes tidak hanya meniru dari desa-desa lain, akan tetapi harus sesuai dengan potensi masyarakat setempat, potensi desa atau kekayaan yang dimiliki oleh desa tersebut. keberhasilan BUMDes tidak hanya dilihat dari berapa lamanya BUMDes itu berjalan, akan tetapi dilihat juga dari kontribusi BUMDes pada desa maupun masyarakat desa dalam memajukan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat (Kohen, 2018). Meskipun lembaga BUMDEs (Badan Usaha Milik Desa) telah diamanahkan dalam UU tetapi tanggung jawab pengembangan bisnis BUMDEs sebagai penopang ekonomi masyarakat desa tetap membutuhkan peran serta penduduk lokal desa Agar peran BUMDes dapat berkelanjutan, maka dibutuhkan taktik dan strategi dalam mendayagunakan potensi dan kebutuhan desa. Implementasi peran BUMDes harus mendasarkan prinsip – prinsip pengelolaannya, yaitu kerja sama, partisipasi, transparansi, emansipasi, akuntabilitas, dan keberlanjutan dengan mekanisme berbasis anggota.

Tujuan utama membangun BUMDEs adalah :

- 1) Membantu ekonomi desa, melalui peningkatan PAD (Pendapatan Asli Daerah).
- 2) Mengelola potensi desa dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat desa.
- 3) Mendukung pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa.

Sejak meluasnya pandemi COVID- 19 yang telah berhasil meluluh lantahkan berbagai sektor usaha secara global dari perusahaan besar sampai ke usaha kecil. Hal ini dirasakan juga oleh BUMDes sebagai lembaga ekonomi desa. BUMDes yang sudah berdiri kemudian berhenti ditengah pandemi yang disebabkan oleh berbagai macam faktor seperi minimnya strategi yang digunakan dan kurangnya pembinaan dari aparat desa yang menjadi penyebab utama BUMDes tidak berjalan. Beberapa kendala yang dihadapi BUMDes merupakan tantangan bagi pihak Pemerintahan Desa dan BUMDes itu sendiri, sehingga kedua pihak harus mampu menyeimbangkan relasi dengan menghindari dominasi satu sama lain. Jenis usaha BUMDes secara umum terdiri atas: unit jasa keuangan dan unit jasa riil. Unit jasa keuangan, yaitu simpan pinjam dan tabungan, sementara unit jasa riil, yaitu pertokoan, jasa, pertanian, peternakan dan lain - lain. Tahap merintis usaha baru pada BUMDes dapat dilakukan dengan langkah berikut :

- 1) Mengetahui target pasar sasaran (konsumen atau nasabah).
- 2) Mengidentifikasi kebutuhan, keinginan dan daya beli bisnis baru.
- 3) Berpikir tentang prospek bisnis jangka panjang.
- 4) Menyediakan apa yang paling menjadi kebutuhan masyarakat.
- 5) Meningkatkan promosi dengan berbagai media dengan maksud memperkenalkan dan menginformasikan jenis bisnis baru.
- 6) Melakukan estimasi dan kalkulasi bisnis.
- 7) Memperatahkan loyalitas konsumen dengan memperbaiki pelayanan
- 8) Mengadakan inovasi atas produk yang dipengaruhi oleh tren dan musim.

Di era modern saat ini tentu membawa banyak perubahan di berbagai aspek kehidupan. Gaya hidup mulai berubah, masyarakat tradisional mulai beralih menjadi masyarakat modern. Cara-cara hidup yang praktis lebih dipilih oleh sebagian besar masyarakat pada era modern saat ini. Perkembangan teknologi terutama teknologi informasi menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Arus informasi yang cepat saat ini menjadikan masyarakat beralih menjadi masyarakat informasi, dimana informasi seringkali dijadikan bahan komoditas yang berharga. Pesatnya perkembangan teknologi informasi memunculkan konsep baru dalam dunia pemasaran. Para penjual biasanya menawarkan barang maupun produk yang mereka jual hanya di toko atau media konvensional saja, namun sekarang dengan adanya internet para penjual dapat memasarkan produknya dengan lebih cepat dan tentunya jangkauan yang lebih luas. Perkembangan teknologi informasi yang ada menjadikan masyarakat cenderung bertatap muka secara tidak langsung. Internet berperan penting dalam pengiriman dan penerimaan informasi secara cepat dan tanpa batas. Merebaknya online shop yang ada saat ini dapat kita lihat sebagai salah satu bentuk kegiatan Badan Usaha Milik Daerah (BUMDes). Pada waktu-waktu sebelumnya di tahun 2012 hingga memasuki tahun 2013 *online shop* lebih merajalela di media sosial Facebook. Akan tetapi mulai pada awal tahun 2014 para pemilik *online shop* mulai masuk ke Instagram untuk mempromosikan akun online shopnya.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Digital Marketing

Istilah atau kata digital identik dengan internet. Kita lihat misalnya pengertian Digital Marketing (DM) adalah upaya penggunaan internet, perangkat seluler, media sosial, mesin pencarian, dan sebagainya untuk menjangkau konsumen. Seiring dengan kemajuan teknologi, tren di dunia bisnis juga semakin bervariasi. Salah satunya adalah tren digital marketing. Berikut beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet.

Kecepatan Penyebaran, strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, DM juga dapat diukur secara realtime dan tepat. Kemudahan evaluasi dengan menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.

Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu selanjutnya Anda dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk. Sehingga Anda dapat memperbaiki untuk Jangkauan Lebih Luas, kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari DM yang luas. Anda dapat menyebarkan brand atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

1. Murah dan Efektif, dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja digital marketing jauh lebih murah dan efektif. Biaya anggaran yang dihemat dapat sampai 40%, hal tersebut menurut *Gartner's Digital Marketing Spend Report*. Selain itu, survey juga menunjukkan bahwa 28% pengusaha kecil akan berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif.
2. Membangun Nama, **brand digital marketing** membantu Anda membangun nama brand dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan brand Anda sangat penting karena orang akan melakukan pencarian online sebelum membeli produk Anda.
3. Website Website sangat berperan dalam menunjukkan *profesionalisme* perusahaan, membantu konsumen mengetahui bisnis Anda, promosi yang hemat dan media bisnis yang mudah.
4. Search Engine Marketing, upaya untuk membuat website perusahaan mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari.
5. Social Media Marketing, edarkan platform di media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* karena dapat dilakukan dengan biaya yang minim bahkan gratis. Ini tentu saja dapat meningkatkan brand perusahaan.
6. Online Advertising Media promosi melalui internet dengan membayar. Ini dapat mendapatkan konsumen lebih cepat dan memuaskan namun terbilang lebih mahal dibandingkan jenis yang sebelumnya. Email Marketing
7. Anda dapat memberitahu informasi terbaru mengenai promosi yang sedang berlangsung maupun produk atau jasa terbaru.
8. Video Marketing dengan cara ini, Anda dapat langsung menjelaskan tentang bisnis Anda, menjelaskan produk dan cara menggunakannya serta menampilkan testimonial pelanggan.

METODE

Heri Rahyubi (2012) mengartikan "Metode adalah suatu model cara yang dapat dilakukan untuk menggelar aktivitas belajarmengajar agar berjalan dengan baik". Penelitian yang dilakukan pada saat ini menggunakan penelitian Kualitatif Deskriptif yang akan dilakukan pada BUM Des Konveksi di Desa Darmawangi Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang. Dengan pendekatan observasi, melakukan wawancara, study doumentasi. Penelitian Kualitatif Deskriptif ini dipilih karena penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perkembangan usaha dari BUMDes Konveksi *D&R Collection* yang akan dikembangkan melalui media digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Desa Darmawangi merupakan salah satu dengan adanya usaha BUMDes Konveksi. Sejak 2019, pemilik Konveksi ini sudah mulai menjalankan usahanya. Modal awalnya dari pemilik konveksi, lalu karena kurangnya modal jadi konveksi bekerja sama dengan BUMDes. Konveksi melakukan penjualan dengan join ke beberapa perusahaan untuk membuat pakaian wanita seperti gamis. Pembelian bahan baku nya dari kota Bandung. Jumlah tenaga kerja awal pertama buka berjumlah 18 orang dan jumlah tenaga kerja saat ini berjumlah 10 orang.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik BUMDes Konveksi yaitu Bapak Dede Irsyad Rosadi. Peneliti mengetahui permasalahan dari BUMDes Konveksi selama pandemi

COVID- 19 yaitu dalam pengembangan produk dalam segi promosi secara online (digital marketing). Berikut permasalahan dari BUMDes Konveksi :

- 1) Mengalami penurunan omset penjualan yang biasanya itu modal satu kali pesenan sekitar 20 juta, tapi sekarang 5 juta pun sulit karena dari konsumen yang mengurangi pesannya.
- 2) Untuk sistem upah, pekerja digaji sesuai berapa mereka membuat satu stel baju, dan pemberian gajinya itu satu minggu sekali. Sebelum pandemic covid-19, pekerja bisa memperoleh gaji sampai 2 juta/minggu tapi semenjak ada pandemi covid-19, pekerja hanya memperoleh gaji sekitar 200 ribu/minggunya akibat penurunan omset.
- 3) Untuk penjualan dari perusahaan yang biasanya sekitar 5-8 kali PO sekarang hanya sampai 2 kali PO, itu juga sangat sulit karena keadaan sedang pandemi COVID-19.

Masyarakat dapat bertukar pesan, informasi dan berinteraksi satu sama lain hanya dengan hitungan menit saja bahkan detik. Pada waktu-waktu sebelumnya di tahun 2012 hingga memasuki tahun 2013 *online shop* lebih merajalela di media sosial Facebook. Akan tetapi mulai pada awal tahun 2014 para pemilik *online shop* mulai masuk ke Instagram untuk mempromosikan akun online shopnya. Kita tahu bahwa aplikasi Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunaanya mengambil momen yang diinginkan, menerapkan efek, serta membagikannya ke orang lain bahkan foto yang telah ditentukan dapat pula dibagikan ke media sosial lain dengan cara di sambungkan ke media sosial lain. Banyak media sosial yang sekarang dijadikan media promosi produk atau barang tertentu oleh para penjual online. Tentunya penjual akan memilih media sosial yang paling sering digunakan dan diminati oleh calon pembeli.

Strategi penjual online khususnya pemilik online shop salah satunya yaitu melakukan promosi barang-barang yang dijualnya melalui Instagram. Kami lebih memfokuskan kepada media sosial instagram karena aplikasi instagram ini mampu memberikan hasil yang memuaskan bagi para pelaku usaha dalam memproduksi sebuah produk kepada masyarakat yang luas. Hasil penelitian yang dilakukan pada BUMDes Konveksi *D&R Collection* sebagai berikut :

Program kegiatan kami untuk Konveksi *D&R Collection* adalah mengembangkan usaha serta memperluas jangkauan pemasaran, sehingga omzet penjualannya akan lebih meningkat. Untuk itu kami mempromosikan produk usaha dari BUMDes Konveksi "*D&R Collection*" melalui media sosial pemilik konveksi, talent yang kami gunakan, dan juga kelompok dan juga Ada beberapa program kegiatan kami yang tidak bisa dilakukan karena kondisi saat ini yang masih dalam masa pandemi covid-19 dan pemberlakuan PPKM di daerah Sumedang yang mengakibatkan tidak dilaksanakan program kegiatan kami yaitu pelatihan dari Balai Latihan Kerja (BLK) yang harus ditunda sampai tahun depan dan itu menyebabkan BUMDes konveksi mengalami penurunan omzet penjualan.

Untuk itu kami lebih memfokuskan untuk melakukan promosi secara online melalui media sosial instagram (Digital Marketing). Sebelumnya, kami akan melakukan pemotretan dengan menggunakan talent dari kelompok kami. Untuk itu, kami membuat kesepakatan dengan pemilik konveksi untuk meminjamkan beberapa model baju yang sedang diproduksi untuk kami pakai untuk pemotretan. Setelah mendapatkan produk dari konveksi kami melakukan pemotretan di luar studio dan mendapatkan beberapa foto produk.



Gambar di atas merupakan salah satu foto talent dengan memakai produk pakaian gamis dari Konveksi "*D&R Collection*" Setelah melakukan pemotretan kami melanjutkan untuk mengedit berupa foto dan video promosi yang akan dipostingkan.



Gambar di atas merupakan salah satu contoh foto promosi yang sudah diedit oleh anggota kelompok kami. Karena dari Konveksi “D&R Collection” itu sudah memiliki instagram maka kami hanya mengembangkannya saja. Untuk itu, hasil pemotretan yang sudah diedit akan dipostingkan melalui akun media sosial dari Konveksi “D&R Collection”



Gambar di atas adalah media sosial instagram dari pemilik konveksi “D&R Collection” dan postingan dari media sosial instagram dari talent kami Dengan menggunakan aplikasi instagram maka akan memudahkan para konsumen yang akan membeli produk dari Konveksi “D&R Collection”.

KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilaksanakan satu bulan penuh dari tanggal 01 Juli 2021 sampai dengan tanggal 31 Juli 2021. Mengenai BUMDes Konveksi di Desa Darmawangi Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang dapat disimpulkan bahwa sebenarnya banyak peluang usaha yang dapat dikembangkan. Akan tetapi, masih banyak yang belum memahami tentang pemasaran dan teknologi produk yang dihasilkan oleh BUMDes Konveksi.

Dengan adanya kegiatan KCU ini, saya mencoba mengembangkan lebih jauh lagi mengenai digital marketing khususnya media sosial instagram. Dengan menjadikan Instagram sebagai media promosi produk memudahkan para pemilik akun online shop untuk bertemu dengan calon pembelinya. Kami juga mengembangkan dari segi produk dengan melakukan pemotretan produk untuk nantinya dipostingkan di akun media sosial instagram pemilik konveksi “D&R Collection”

SARAN

Setelah melakukan observasi di Desa Darmawangi Kecamatan Tomo sekitar satu bulan penuh serta mempelajari data-data yang ada dan menganalisa berbagai permasalahan yang dihadapi BUMDes di Desa Darmawangi, maka saya dapat memberikan beberapa saran dan rekomendasi sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik BUMDes harus lebih memanfaatkan media sosial dan market place untuk memperluas jangkauan pemasaran untuk meningkatkan omzet penjualannya.
2. Kepada Pihak Desa untuk memperhatikan usaha dari BUMDes untuk lebih mengembangkan lagi seperti mengadakan pelatihan dan juga sosialisasi khusus untuk warga Desa Darmawangi. Para pelaku usaha harus terus meningkatkan skill dan terus berinovasi dalam membuat produksi agar dapat menarik perhatian konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan sebuah artikel ini. Dalam menyelesaikan penulisan ini tentu penulis masih banyak mengalami hambatan karena keterbatasan pengetahuan dan juga pandemic covid-19 sehingga penulis tidak dapat melakukan Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini secara langsung, akan tetapi tugas KKU ini dapat terselesaikan.

Dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih dengan segala kerendahan dan ketulusan kepada aparat Desa Darmawangi, pelaku BUM Des yang ada di Desa Darmawangi yang telah membantu saya menyelesaikan Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini, serta kepada orang tua yang selalu Memberikan dukungan, dan juga kepada Rekan- rekan seperjuangan kelompok 16 dengan penuh suka cita dalam menyelesaikan tugas KKU ini

REFERENSI

- Ristekdikti 2016. Panduan Penilaian Kinerja Pengabdian Kepada Masyarakat Di Perguruan Tinggi. Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi. <https://lppm.ipb.ac.id/wp-content/uploads/2017/12/Lampiran-1-Panduan-Penilaian-Kinerja-Pengabdian-Kepada-Masyarakat.pdf> Retrived pada tanggal 03 Agustus 2021 pukul 12.50.
- Yudi Gumbolo. 2018. Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online http://eprints.ums.ac.id/61512/3/NAS_KAH%20PUBLIKASI%20118. df. Diakses tanggal 4 September 2020
- La Moriansyah. 2015. Pemasaran Melalui Media Sosial: antecedents and concequences <https://media.neliti.com/media/publications/124068-ID-none.pdf>. Diakses tanggal 29 Agustus 2020.
- Difa Danaswari. 2015. Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop https://www.academia.edu/12249764/INSTAGRAM_SEBAGAI_MEDIA_PROMOSI_ONLINE_SHOP?auto=download&ssrv=nrtd Diakses pada tanggal 29 Agustus 2020