



Pelatihan Pemasaran Bumdes Melalui *Marketplace* di Desa Klapasawit Kecamatan Buluspesantren Kabupaten Kebumen

Blandina Hendrawardani¹, Asep Supriyanto², Sri Wahyuningsih³, Wenny Marlina⁴

^{1,3,4}Manajemen Sumber Daya Manusia, Politeknik Piksi Ganesha Indonesia

²Mesin Otomotif, Teknik, Politeknik Piksi Ganesha Indonesia

E-mail:* blandina.hendra@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.920>

Info Artikel:

Diterima :

2022-05-26

Diperbaiki :

2022-08-07

Disetujui :

2022-08-28

Kata Kunci: Badan Usaha Milik Desa, Publikasi, Marketplace, Komunikasi

Abstrak: Usaha peningkatan kesejahteraan masyarakat desa implementasinya mengalami banyak hambatan dalam pengelolaannya sehingga banyak BUMDes yang mangkrak dan terbengkalai salah satunya adalah pemasaran produk UMKM. Penelitian ini dilaksanakan guna memberikan wacana kepada pengurus BUMDes dan anggotanya dapat memasarkan produknya secara online karena mudah untuk memulai, tidak membutuhkan modal yang besar, sistemnya sudah tersedia, pasarnya sudah terbentuk di *marketplace* dan tidak memerlukan strategi marketing yang kompleks. Metode penelitian yang dilakukan adalah ceramah, penugasan, diskusi dan edukasi secara langsung. Dan hasil dari pelatihan pengurus dan anggota BUMDes mampu mengikuti perkembangan dunia digital bahkan harus lebih menguasai di masa era 4.0 dan beradaptasi dengan society 5.0 serta lebih memahami konsep pemasaran dasar dalam menampilkan produk yang akan dijual lebih menarik dan mempunyai ciri khas dengan dibekali pengetahuan tentang marketplace, publikasi, pengemasan, labeling, dan teknik komunikasi internal maupun eksternal dalam pemasaran online.

Abstract: *Efforts to improve the welfare of rural communities have encountered many obstacles in their implementation so that many BUMDes are stalled and neglected, one of which is the marketing of MSME products. This research was carried out to provide discourse to BUMDes management and its members to market their products online because it is easy to start, does not require large capital, the system is already available, the market has been formed in the marketplace and does not require a complex marketing strategy. The research method used is lecture, assignment, discussion and direct*

Keywords: *Village Owned Enterprise, Publication, Marketplace, Communication*

education. And the results of the training for BUMDes administrators and members are able to keep up with the development of the digital world and even have to be more mastered in the 4.0 era and adapt to society 5.0 and better understand basic marketing concepts in displaying products that will be sold more attractively and have characteristics equipped with knowledge about the marketplace, publication, packaging, labeling, and internal and external communication techniques in online marketing.

Pendahuluan

Pemerintahan periode kedua Presiden Ir.H. Joko Widodo artinya sudah memasuki tahun ke lima sejak Undang-Undang Desa disahkan, namun perkembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) belum menjalankan perannya dengan maksimal dalam meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat melalui unit usaha yang dibangun. Pedoman daerah dan desa dalam pembentukan dan pengelolaan BUMDes yaitu mengacu Permendes Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa. (Tirto.id Vincent Fabian Thomas, 16/12/2019)

Salah satu tujuan BUMDes menurut Permendesa tersebut adalah meningkatkan perekonomian desa dengan cara mengembangkan produk usaha masyarakat serta meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi desa. Seperti permasalahan yang terjadi pada Desa Klapasawit Kabupaten Kebumen yang mengalami kendala dalam memasarkan produk-produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Karakteristik masyarakat desa secara umum sebagian besar hidup dalam kesederhanaan ekonomi dan budaya, dimana aktivitas perekonomian yang pada umumnya disektor pertanian dengan tingkat keberhasilan panen yang belum pasti sehingga mempengaruhi tingkat perekonomian yang tidak pasti. Dari segi kepemilikan lahan, masih banyak masyarakat desa hanya bekerja sebagai menjadi buruh tani saja. Sedangkan masalah kebudayaan dimana lunturnya nilai-nilai cultural karena berkembangnya budaya asing yang membuat nilai-nilai identitas desa tersebut perlahan tergantikan.

Selain itu hambatan-hambatan yang terjadi di desa yang perlu kita kenali sehingga BUMDes tidak berjalan sesuai harapan dan tujuan Pemerintah. Hambatan secara umum yang adalah BUMDes hanya sekedar dibentuk, dan setelah itu tidak dikelola dengan baik sehingga menyebabkan pengelola BUMDes bekerja

serampangan bahkan seringkali terjadi praktik KKN seperti dikelola oleh orang dekat atau keluarga petinggi desa setempat.

Peran serta BUMDes dalam hal ini sangat membantu pembangunan masyarakat desa yang perannya dapat dibantu oleh “ahli” dari luar masyarakat seperti pegawai pemerintah, staf organisasi non-pemerintah dan penasehat asing. Salah satu sumber yang dapat diberdayakan adalah melalui kerjasama dengan Perguruan Tinggi yang dapat membantu pendampingan bagi masyarakat desa sebagai bentuk Pengabdian Masyarakat pelaksanaan fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Secara teknis untuk membantu mengembangkan potensi desa dimana perkembangan perekonomian saat ini bermunculan dari pedesaan dengan mulai meningkatnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), peran perguruan tinggi dan akademisi sangat penting dalam membantu keterbatasan desa dalam mengembangkan potensinyadan hasil usahanya terutama pemasaran secara online melalui media sosial. Oleh karena itu kami memberikan pelatihan pendampingan untuk literasi digital dan pemasaran online dengan harapan masyarakat maupun perangkat desa dapat meningkatkan potensi desa untuk menumbuhkan perekonomian warga. Selain itu hal penting lainnya adalah memberikan startegi serta analisa produk agar bisa diterima pasar dan dapat diterapkan dalam mencapai tujuan.

Metode

Metode pelaksanaan pelatihan adalah dengan memberikan ceramah pengetahuan tentang marketplace. Selain memberikan ceramah kami memberikan edukasi langsung (*direct learning*) tutorial pemasaran online melalui facebook, instagram dan shopee serta teknik komunikasi. Peserta juga dilibatkan secara langsung dalam pengaplikasian penggunaan marketplace shopee secara langsung dengan membuat akun berjualan sampai dengan upload produk yang dipasarkan. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada :

Hari / tgl : Selasa, 24 Agustus 2021

Waktu : 09.30 – 12.00 WIB

Tempat : Balai Desa Klapasawit Kabupaten Kebumen

Tim Pengabdian Masyarakat :

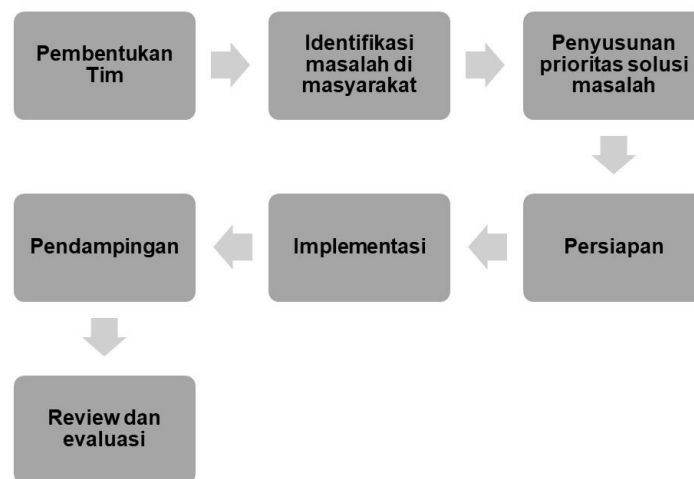
1. Blandina Hendrawardani, S.E, M.M
2. Asep Supriyanto, S. Th. I, M Ag
3. Sri Wahyuningsih, S.E, M.Si

4. Wenny Marlina, S.E, M.M

Peserta pelatihan :

1. Ketua BUMDes Desa Klapasawit
2. Pengurus BUMDes
3. Pelaku UMKM Desa Klapasawit

Jumlah peserta pelatihan : 10 orang



Gambar 1. Digram Kegiatan PKM

Hasil dan Pembahasan

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini, yaitu membantu keterbatasan desa dalam mengembangkan potensinya terutama dalam pemasaran online dalam menghadapi perkembangan teknologi dan informasi pada era digital di lingkungan Desa Klapasawit Kec. Bulupesatren Kabupaten Kebumen. Tim pelaksana pengabdian masyarakat ini terdiri dari 4 dosen dari Politeknik Piksi Ganesha Indonesia. Lokasi pelatihan di Balai Desa Klapasawit Kec. Bulupesatren, Kabupaten Kebumen.

Sesuai dengan kebutuhan pengurus BUMDes yang disampaikan kepada kami dimana pengurus BUMDes mengalami kesulitan memasarkan produk-produk barang yang dihasilkan dari UMKM setempat dan kurangnya motivasi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online karena minimnya pengetahuan penggunaan teknologi sehingga kami memfasilitasi masyarakat Desa Klapasawit menggunakan ceramah, diskusi dan penugasan. Pelatihan ini dapat dilaksanakan dengan baik karena antusias dari para peserta untuk mengikuti pembinaan serta

kerjasamanya yang baik antara kedua pihak. Adapun materi pelatihan yang kami sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan marketplace, e-commerce, dan online shop
2. Publikasi, Pengemasan, Labeling dan Pengurusan PIRT
3. Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Makanan
4. Tutorial dan praktek memasarkan produk di marketplace melalui Shopee
5. Tipe Komunikasi Internal dalam Pengelolaan Bisnis

BumDes di desa Klapasawit secara organisasi masih mengalami kendala dalam melakukan komunikasi dengan anggotanya. Mereka belum memaksimal media untuk melakukan koordinasi secara efektif, sekali ada group WA namun masih belum digunakan secara maksimal untuk komunikasi hal-hal terkait pekerjaan internal. Sehingga dalam hal ini kami memberikan pembekalan materi tentang penting komunikasi internal dalam pengelolaan bisnis (Bumdes) agar kesadaran para anggota pengelola Bumdes bisa penting dilakukan komunikasi untuk kelancaran dan kemajuan Bumdes, dikarena komunikasi internal merupakan pondasi yang mampu membangun dari terbentuknya budaya organisasi. Adanya surat atau dokumen persetujuan tidaklah membentuk organisasi yang baik, namun sejak adanya interaksi atau komunikasi tertentu diantara orang-orang yang menunjukkan bahwa mereka tengah berorganisasi (Morissan, 2009).

Cara terbaik untuk memberikan penilaian terhadap keefektifan usaha komunikasi internal perusahaan salah satunya dengan menentukan sikap karyawan tentang perusahaan (Argenti, 2013). Stagnannya komunikasi internal akan berdampak buruk dalam membangun hubungan eksternal (networking) sehingga hal yang perlu diperbaiki kemampuan komunikasi internal, Diharapkan dengan pembekalan materi tentang Komunikasi Internal Pengelolaan Bisnis , narasumber berharap ada perbaikan dan peningkatan hubungan internal yang lebih efektif dan sehat sehingga pengelolaan secara internal jauh lebih baik. Peningkatkan peranan internal dalam struktur organisasi BumDes misalnya dengan mengefektifkan WAG Bumdes, Telegram jika diperlukan, memperluas dengan memanfaatkan media sosial yang ada untuk menjaring hubungan dengan masyarakat internal desa maupun dengan khalayak masyarakat umum agar produk-produk Bumdes bisa memiliki nilai jual dan dikenal. Pengelola Bumdes dalam hal ini ketua Bumdes harus mampu menjadi pelopor untuk mencari solusi mandeg komunikasi secara internal.

Modal sosial terkait dengan relasi antar orang dalam organisasi disebut sebagai modal sosial internal dan antara organisasi dengan pihak luar disebut dengan modal sosial eksterna (DeMassis et al, 2011). Menurut World Bank (1998)

modal sosial adalah suatu masyarakat termasuk intuisi, relasi, sikap dan nilai yang memadu interaksi antara orang dan kontribusi pada ekonomi dan pembangunan sosial. Dalam modal sosial diperlukan nilai saling berbagi serta pengorganisasian peran yang diekspresikan dalam hubungan personal, kepercayaan dan tanggung jawab bersama.



Gambar 2. Pelatihan Manajemen



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran



Gambar 4. Tim Pelatih dan Peserta Pelatihan

Melalui pelatihan yang kami berikan kami berharap materi yang kami sampaikan dapat memberikan wacana, gambaran serta motivasi untuk pelaku UMKM setempat memasarkan produknya secara online supaya perekonomian masyarakat bertumbuh. Berdasarkan diskusi dari pelatihan ini, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Peserta dapat memahami perbedaan marketplace, e-commerce dan online shop
2. Peserta dapat memahami kelebihan dan kelemahan pemasaran online

3. Peserta dapat menjalankan fungsi BUMDes sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi masyarakat desa setempat
4. Peserta mendapatkan tips membuat desain publikasi secara sederhana menggunakan aplikasi tak berbayar yaitu Canva yang dapat diunduh melalui playstore
5. Peserta memahami jenis-jenis pengemasan produk makanan
6. Peserta dapat memahami fungsi labeling sebagai informasi singkat produk yang dikemas
7. Peserta memahami alur pengurusan ijin Produksi Industri Rumah Tangga (PIRT)
8. Peserta mendapatkan tutorial berjualan online melalui Shopee dari pembuatan akun, upload produk yang dipasarkan, pemilihan jasa pengiriman, pengelolaan chat dengan customer, proses pengiriman, proses transaksi jual beli, serta proses promosi berbayar guna mendapatkan customer lebih banyak
9. Peserta dapat memahami penggunaan e-wallet serta m-banking
10. Peserta dapat memahami peranan penting komunikasi internal dalam berbisnis dengan membuat dialog terbuka, giat dalam saling berbagi informasi serta membuat grup obrolan internal melalui aplikasi penunjang seperti whatsapp atau telegram.

Kesimpulan

Dalam perjalanan revolusi industri 4.0 saat ini merupakan salah satu upaya transformasi menuju pada perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan juga lini produksi di industri, dimana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai kebutuhan utama. Sehingga ada beberapa bidang yang harus dipersiapkan yaitu diantaranya adalah peningkatan otomatisasi, komunikasi machine-to-machine, komunikasi human-to-machine, AI (artificial intellegent) serta pengembangan teknologi berkelanjutan.

Dalam pelaksanaan implementasi, ada empat faktor penggerak. Pertama adalah peningkatan volume data, daya komputasi, dan konektivitas. Selain itu persiapan SDM industri melalui pendidikan vokasi yang diarahkan pada high skill serta meningkatkan ketrampilan SDM industri yang dominan *low/middle ke level high skill* juga harus dilaksanakan.

Masyarakat serta pengurus Desa Klapasawit harus mampu mengikut perkembangan teknologi bahkan harus lebih menguasai dimasa-masa ini

menyongsong era *society 5.0* dimana orang, benda, dan sistem semuanya terhubung di dunia maya dan hasil optimal yang diperoleh AI melebihi kemampuan manusia diumpakan kembali ke ruang fisik. Selain itu pendampingan berkelanjutan berkerjasama dengan tenaga ahli atau perguruan tinggi yang bersedia bersinergi mencapai pertumbuhan bersama menuju kesejahteraan masyarakat yang adil dan merata

Ucapan Terima Kasih

Dengan terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini kami mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Klapasait dan Pengurus BUMDes Desa Klapasawit dapat saling mendukung dan bekerjasama dalam rangka Pelatihan Pemasaran Online melalui Media Sosial dan Marketplace bersama dengan Pengurus BUMDes Desa Klapasawit dalam rangka memajukan perekonomian desa dengan peluasan usaha pemasaran dari produk-produk UMKM Desa Klapasawit.

Referensi

Jogjapolitan, (2020, 19 Februari), Desa Perlu Dilatih Pemasaran Online, Terutama melalui Media Sosial, dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/02/19/510/1032196/desa-perlu-dilatih-pemasaran-online-terutama-melalui-media-sosial>, Diakses pada 26 Agustus 2021

Ayu Resti, (2019, 13 Juni), Karakteristik Rencana Bisnis BUMDes Yang Baik, dari <https://blog.bumdes.id/2019/06/karakteristik-rencana-bisnis-bumdes-yang-baik/>. Diakses pada 1 September 2021,

Tirto.id (2019, 16 Desember), kenapa Ribuan BUMDes Mangkrak Meski Dana Desa Triliunan rupiah, dari <https://tirto.id/kenapa-ribuan-bumdes-mangkrak-meski-dana-desa-triliunan-rupiah-enpb>. Diakses pada 1 September 2021

Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, (2015), Penetapan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2015, <https://ppidkemkominfo.files.wordpress.com/2016/08/pm-desa-no-5-tahun-2015-tentang-penetapan-prioritas-penggunaan-dana-desa.pdf>, Diakses pada 27 September 2021.

Proxis Leadership Center <https://pelatihanpengembangansdm.co.id/tingkatkan-komunikasi-internal-agar-tujuan-bisnis-dapat-tercapai/>. Diakses pada 20 September 2021.

- Joytle (2019) 7 Ways to Improve Internal Communication at Your Business, <https://blog.jostle.me/blog/7-ways-to-improve-internal-communication-at-your-business-2-2/>. Diakses pada 20 September 2021
- Jurnalbengkulu.com, (2019), BUMDes Tidak Berkembang, Ini penyebab Utamanya, <https://www.jurnalbengkulu.com/bumdes-tidak-berkembang-ini-penyebab-utamanya>. Diakses pada 27 September 2021.
- Lifepal, (2021), Apa itu BUMDes? Simak Pengertian , Fungsi dan Tujuannya, <https://lifepal.co.id/media/bumdes/>. Diakses pada 28 September 2021.
- Kominfo, (2019, 19 Februari). Apa itu Industri 4.0 dan bagaimana Indonesia menyongsongnya, https://kominfo.go.id/content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media. Diakses pada 28 September 2021.
- Firdaus, (2020, 6 Juli), Mengenal Society 5.0 “Sebuah Upaya Jepang untuk Keamanan dan Kesejahteraan Manusia, dari <https://ee.uii.ac.id/2020/07/06/mengenal-society-5-0-sebuah-upaya-jepang-untuk-keamanan-dan-kesejahteraan-manusia/>. Diakses pada 28 September 2021.
- Maria Rosa Ratna Sri Anggraeni (2016). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Pada Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan Studi Pada BUMDes Di Gunung Kidul, Yogyakarta (Internet, Diunduh tanggal 04 Oktober 2021) di <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/848> . Vol 28, No 2 (2016)
- Nur Annisa Agustini, Ninuk Purnaningsih (2018). Pengaruh Komunikasi Internal Dalam Membangun Budaya Organisasi (Internet, diunduh tanggal 04 Oktober 2021) di <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/25198/16383>, Journal Ekonomi Pembangunan, Vol 19.(1).
- Proxis Leadership Center <https://pelatihanpengembangansdm.co.id/tingkatkan-komunikasi-internal-agar-tujuan-bisnis-dapat-tercapai/>. Diakses pada 20 September 2021.
- Joytle (2019) 7 Ways to Improve Internal Communication at Your Business, <https://blog.jostle.me/blog/7-ways-to-improve-internal-communication-at-your-business-2-2/>. Diakses pada 20 September 2021