

Pendampingan Digital Marketing pada BUMDES dan UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Tegal Kecamatan Kemang Kabupaten Bogor

**Erlambang Budi Darmanto¹, Any Meilani², Adrian Sutawijaya³,
Yosi Mardoni⁴, Suhartono⁵**

Universitas Terbuka

erlangbudi_d@ecampus.ut.ac.id¹

Abstrak

Kata Kunci: Pendampingan, Pelatihan, Digital Marketing, Desa Tegal

PkM-UT ini dilakukan untuk memberikan kontribusi nyata bagi warga masyarakat Desa Tegal yang memiliki potensi besar, berupa UMKM jajanan pasar, pengusaha kuliner, pengrajin batik dan tas, yang mana dalam pelaksanaan penjualan produk belum dilakukan secara maksimal khususnya melalui media social dan marketplace (penjualan online). Salah satu penyebab dari tidak terlaksananya penjualan secara online, disebabkan oleh UMKM masyarakat Desa Tegal yang belum memaksimalkan penjualan secara digital marketing. Oleh karenanya, guna mengatasi dan menyelesaikan permasalahan tersebut, Tim PKM-UT berinisiatif untuk melakukan kerjasama dengan masyarakat Desa Tegal. Pelaksanaan kegiatan pengabdian menggunakan metode pendampingan pada UMKM jajanan pasar, pengusaha kuliner, pengrajin batik dan tas, Pelatihan Digital Marketing, Pelatihan branding Produk, Pelatihan Pembuatan Website Toko Online (Pretashop) bagi masyarakat Desa Tegal. Adapun dampak yang dirasakan oleh masyarakat Desa Tegal yakni terjadi peningkatan pengetahuan dan implementasi pengembangan digital marketing bagi pelaku UMKM dan sebagai revenue generating secara keseluruhan di Desa Tegal.

A. Pendahuluan

Tegal adalah sebuah desa di kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Luas wilayah Desa Tegal ialah 616.05 Ha. Batas wilayah Desa Tegal sebelah utara : Berbatasan dengan Desa Babakan. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Desa Paburan/ Candali. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Desa Pondok Udik. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Desa Cibeuteng Udik. Jumlah penduduk laki-laki Desa Tegal adalah 10. 834, jumlah penduduk perempuan adalah 10. 571, sehingga jumlah total penduduk ialah : 21.405. Potensi yang dimiliki Desa Tegal berupa UMKM jajanan pasar, pengusaha kuliner, pengrajin batik dan tas. Berdasarkan potensi yang dimiliki oleh Desa Tegal, maka guna memaksimalkan potensi tersebut perlu dilakukan perkembangan usaha dengan memanfaatkan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Perkembangan teknologi, dunia digital dan

internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Adapaun cara yang dapat dilakukan dalam perkembangan usaha melalui pemanfaatan teknologi informasi yakni melalui digital marketing.

Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Digitalisasi marketing melalui pemanfaatan teknologi ini sangat perlu diimplementasikan pada pengembangan entitas bisnis skala mikro yang terletak di pedesaan guna Pengembangan Desa. Adapun pengembangan desa dilatarbelakangi karena adanya potensi berupa UMKM jajanan pasar, pengusaha kuliner, pengrajin batik dan tas, namun masyarakat Desa Tegal belum mampu mengelola secara maksimal potensi yang ada.

Oleh karenanya, guna mengembangkan desa tegal berdasarkan potensi yang dimiliki pada dasarnya 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; (3) pilar ketiga adalah digitalisasi, selain berperan sebagai *offtaker* terhadap hasil produksi masyarakat desa, BUMDes juga memfasilitasi masyarakat desa untuk mengakses pasar melalui platform market place yang dikembangkan melalui ekosistem.

Terkait dengan ketiga pilar yang dibutuhkan dalam pengembangan maka pendampingan beserta digitalisasi marketing bagi UMKM jajanan pasar, pengusaha kuliner, pengrajin batik dan tas sangatlah penting dan mendesak untuk dilakukan disebabkan pelaksanaan penjualan produk belum dilakukan secara maksimal khususnya melalui media social dan marketplace (penjualan online). Salah satu penyebab dari tidak optimalnya penjualan secara online, disebabkan oleh UMKM dan Masyarakat Desa Tegal yang belum memahami secara maksimal terkait penjualan secara digital marketing.

Kegiatan pendampingan digital marketing pada UMKM dan masyarakat yang terdapat di Desa Tegal, dilakukan untuk memanfaatkan, meningkatkan dan mengembangkan potensi besar yang dimiliki oleh Desa Tegal. Dengan tujuan akhir menjadikan UMKM jajanan pasar, pengusaha kuliner, pengrajin batik dan tas Desa Tegal, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor mampu untuk menjadi akar kemandirian yang berlandaskan pada kegiatan ekonomi

kemasyarakatan yang produktif dan efektif bagi masyarakat desa lainya. Selain itu, diharapkan mampu dikembangkan sesuai dengan ciri khas desa sehingga nantinya menjadi *revenue generating* bagi Desa dan masyarakat Tegal itu sendiri.

B. Permasalahan dan Solusi

Beberapa program yang akan ditawarkan antara lain terlihat dalam Tabel 01.

Tabel 01.
Program PkM

Kegiatan	Uraian Permasalahan	Solusi
UMKM Jajanan Pasar, Pengusaha Kuliner, Pengrajin Batik dan Tas	Masyarakat desa tegal merupakan pengusaha jajanan pasar, namun dalam penjualan UMKM Desa Tegal belum memaksimal penjualan secara online	<ol style="list-style-type: none">1. Mengembangkan produk umkm desa tegal2. Branding produk umkm desa tegal3. Pengembangan pangsa pasar produk umkm desa tegal
Pembelajaran Digital Marketing	Masyarakat desa Tegal belum secara maksimal mengetahui terkait digital marketing. Pemasaran produk masih bersifat individu dan belum sepenuhnya melalui kelompok.	<ol style="list-style-type: none">1. Abdimas memberikan pemahaman terkait pentingnya <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan dan pengembangan potensi Desa Tegal, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor.2. Pelatihan digital marketing bagi masyarakat desa tegal khususnya pelaku UMKM dan masyarakat desa tegal3. Pelatihan branding produk4. Pelatihan Pembuatan Akun Pretashop pada masyarakat Desa Tegal
Branding Produk Desa Tegal	Masyarakat desa tegal belum memiliki brand yang secara khusus menggambarkan desa tegal	<ol style="list-style-type: none">1. Membuat dan membentuk brand bagi produk umkm desa tegal.2. Mengenalkan brand bagi produk umkm desa tegal
Peningkatan Distribusi Pemasaran	Pemasaran produk masih sebatas lewat luring.	<ol style="list-style-type: none">1. Abdimas ini berusaha memberikan edukasi tentang pentingnya jejaring pemasaran melalui digital (online) untuk kelangsungan usaha.2. Pemasaran produk melalui :<ul style="list-style-type: none">• Instagram• Facebook• Shopee• Tokopedia

- Bli-bli
- Lazada
- Prestashop

3. *Diversity Marketing*

C. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut:

Tabel 02.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

No	Jenis Pelaksanaan Kegiatan	Rincian Kegiatan
1	Tahap Perencanaan dan Observasi langsung	
	a) Analisa kebutuhan dengan melakukan observasi dan survey langsung ke lokasi	Melakukan observasi dan wawancara awal dengan para pengurus perangkat desa tegal, pelaku UMKM dan tokoh masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan koordinasi.
	b) Merumuskan masalah dan merancang program kerja	Setelah melakukan koodirnasi dengan pihak desa, dilanjutkan denganperumusan masalah dan penyusunan program kerja agar sesuai target.
2	Tahap Pelaksanaan Pengabdian	
	a) Pelatihan Digital Marketing bagi Anggota BUMDes, Pelaku UMKM dan Masyarakat Desa Tegal	<ul style="list-style-type: none">▪ Pelatihan digital marketing bagi masyarakat desa tegal khususnya pelaku UMKM dan masyarakat desa tegal.▪ Pelatihan Branding Produk▪ Pelatihan Pembuatan Website Toko Online (Pretashop) Desa Tegal.
	b) Branding Produk Desa Tegal	<ul style="list-style-type: none">▪ Membuat dan membentuk brand bagi produk umkm desa tegal.▪ Mengenalkan brand bagi produk umkm desa tegal▪ Mengembangkan dan memperbesar brand bagi produk umkm desa tegal
	c) Peningkatan Distribusi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none">1) Pemasaran produk melalui :<ul style="list-style-type: none">• Instagram• Facebook• Shopee• Tokopedia• Bli-bli• Lazada2) <i>Diversity Marketing</i>
3	Tahap Monitoring dan Evaluasi Kegiatan	a. Pada tahap ini dilakukan monitoring dan evaluasi progres

No	Jenis Pelaksanaan Kegiatan	Rincian Kegiatan
		pengabdian yang sudah dilakukan.
		b. Pembuatan dan penyerahan laporan akhir.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan Digital Marketing bagi Anggota BUMDes, Pelaku UMKM dan Masyarakat Desa Tegal, dilaksanakan sejak bulan Juni hingga September. Adapun pelaksanaan kegiatan diantaranya:

1. Kegiatan Pembukaan

Kegiatan pembukaan pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada hari Rabu, 19 Juni 2022. Kegiatan dilaksanakan di Kantor Desa Tegal. Adapun agenda pada kegiatan pembukaan ini ialah penyampain tujuan dari Universitas Terbuka bahwa Desa Tegal merupakan Desa binaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Gambar 1.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat



Pembukaan

Penyampaian visi, misi dan tujuan kegiatan pengabdian



Peresmian kegiatan pengabdian masyarakat Universitas Terbuka di
Desa Tegal

Selain penyampaian maksud dan tujuan dari Pengabdian masyarakat Universitas terbuka, kegiatan pembukaan dilanjutkan dengan tahap perencanaan dan observasi langsung. Dalam tahap perencanaan dan observasi ini dilakukan analisa kebutuhan dengan melakukan observasi dan survey langsung ke lokasi. Melakukan observasi dan wawancara awal

dengan para pengurus perangkat desa tegal, pelaku UMKM dan tokoh masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan koordinasi.

Gambar 2.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat



Setelah dilakukan Melakukan observasi dan wawancara awal dengan para pengurus perangkat desa tegal, pelaku UMKM dan tokoh masyarakat, kegiatan dilanjutkan dengan merumuskan masalah dan merancang program kerja. Kegiatan diawali dengan melakukan koodirnasi dengan pihak desa, dilanjutkan dengan perumusan masalah dan penyusunan program kerja agar sesuai target.

Gambar 3.

Observasi terkait potensi dan kebutuhan masyarakat Desa Tegal



2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

a. Pelatihan Digital Marketing

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa tegal diawali dengan Pelatihan Digital marketing yang dilakukan pada hari Jumat tanggal 04 Agustus 2023. Kegiatan pengabdian bertempat di Kantor Desa Tegal. Materi dalam pembelajaran Pelatihan kali ini membahas terkait “Digital Marketing”. Seperti yang kita ketahui, digital marketing adalah sebuah upaya dalam pemasaran produk, jasa atau layanan. Namun, perbedaannya adalah medianya. Digital marketing adalah sebuah pemasaran yang dilakukan melalui internet atau media online. Digital marketing menurut Rob Thompson dan Trendjackers ialah penggunaan teknologi digital serta perangkat yang didukung oleh

koneksi internet untuk mencapai target pemasaran. Sehingga, definisi digital marketing dapat disimpulkan sebagai kegiatan pemasaran yang kemudian melibatkan penggunaan jaringan serta teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran tertentu. Jika dibandingkan dengan teknik pemasaran konvensional atau tradisional, saat ini metode digital marketing lebih diminati.

Strategi digital marketing juga memiliki tujuan dalam meningkatkan visibilitas, kemudahan akses pelanggan dan prospek pelanggan, serta tingkat paparannya. Nilai tambah lainnya dari strategi pemasaran ini adalah kemudahan dalam penggunaannya. Kelebihan pertama adalah lebih menghemat biaya. Pemasaran yang dilakukan secara digital akan lebih murah, dibanding dengan pemasaran yang dilakukan secara konvensional. Pada awal proses branding, mungkin memang akan membutuhkan biaya yang besar. Akan tetapi, setelah *branded* dan target konsumen sudah mulai tercapai, maka biaya pemasarannya akan semakin sedikit.

Manfaat yang didapatkan dari digital marketing ketika melakukan promosi serta pemasaran secara tradisional, perlu menyiapkan biaya untuk media promosinya. Sedangkan dengan digital marketing, kamu dapat melakukannya dengan biaya yang lebih minim, bahkan gratis! Iklan berbayar yang tersedia juga akan jauh lebih terjangkau. Dengan menerapkan pemasaran digital, dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Baik melalui pasar lokal maupun global. Internet juga memungkinkan untuk memperluas pasar tanpa memakan banyak biaya. Selain itu, digital marketing juga akan membantumu dalam menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

Kelebihan digital marketing yang selanjutnya, adalah menciptakan teknik pemasaran yang lebih interaktif antara penjual serta pembeli. Hal ini karena pemasaran digital juga melibatkan komunikasi dua arah. Jadi, merek ini dapat berinteraksi lebih banyak dengan para pelanggannya melalui beragam campaign yang dilakukan. Dengan teknik pemasaran yang lebih interaktif, dapat meningkatkan ketertarikan ataupun minat pelanggan sehingga mereka semakin yakin dalam melakukan pembelian.

Pada kegiatan pelatihan digital marketing, Tim pengabdian masyarakat Universitas terbuka menyampaikan materi terkait “media social apa saja yang digunakan dalam menjalankan digital marketing/online shop”. Selain itu, materi pada pelatihan digital marketing juga membahas terkait “Jurus Sukses Berjualan Online Melalui Instagram dan Facebook”.

Gambar 4.
Pelatihan Digital Marketing



b. **Pelatihan Branding Produk**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa tegal dilanjutkan dengan Pelatihan Branding produk yang dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 01 September 2023. Kegiatan pengabdian bertempat di Kantor Desa Tegal. Materi dalam pembelajaran Pelatihan kali ini membahas terkait “5 STEP Mengembangkan Brand”. Brand adalah nama, istilah, tanda, simbol desain atau kombinasi dari semua itu yang dapat digunakan untuk mengenali produk dan membedakan produk tersebut.

Tujuan dari branding sendiri adalah untuk membentuk persepsi masyarakat, membangun rasa percaya masyarakat kepada brand dan membangun rasa cinta masyarakat kepada brand. Tujuan branding ini merupakan salah satu hal yang sangat bermanfaat bagi perusahaan. Branding yang kuat akan membuat pelanggan lebih percaya dengan produk Anda dan lebih loyal terhadap usaha UMKM. Seperti yang disebutkan di atas bahwa branding merupakan hal penting bagi perusahaan terlebih di era sekarang. Salah satu alasannya yaitu karena akan ada banyaknya manfaat yang dapat diperoleh perusahaan, diantaranya:

1. Memberikan daya tarik bagi konsumen.
2. Memudahkan perusahaan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa Anda.
3. Membuka peluang perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tinggi.
4. Peluang bagi Anda sebagai pelaku usaha untuk melakukan diferensiasi produk
5. Menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk perusahaan dengan produk milik kompetitor.

Pada kegiatan pelatihan branding produk, Tim pengabdian masyarakat Universitas terbuka menyampaikan materi terkait “5 STEP Mengembangkan Brand”. Selain itu, materi pada pelatihan juga

membahas terkait “Hal-Hal yang perlu diperhantikan dalam menciptakan branding Produk”.

Gambar 5.

Pelatihan Pembuatan Website Toko Online (Pretashop)



3. Pelatihan Pembuatan Website Toko Online (Pretashop)

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa tegal dilanjutkan dengan Pelatihan Pembuatan Website Toko Online (Pretashop) yang dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 01 September 2023. Kegiatan pengabdian bertempat di Kantor Desa Tegal. Materi dalam pembelajaran Pelatihan kali ini membahas terkait “Tutorial PrestaShop: Panduan Lengkap Membuat Website Toko Online”. Bagi para pemula bisnis online, saat ini terdapat fitur-fitur canggih yang memang sengaja dikembangkan oleh developer untuk mulai membangun sebuah bisnis online. Salah satu fitur yang bisa digunakan untuk memudahkan memulai bisnis online adalah PrestaShop. PrestaShop adalah platform gratis untuk membuat website online shop.

PrestaShop adalah salah satu CMS berbasis PHP MySQL yang biasa lebih sering digunakan untuk toko online karena memang basis dari themes yang beredar kebanyakan berbasis toko online. PrestaShop sendiri disebarluaskan secara gratis atau biasa dikenal dengan open source. PrestaShop merupakan suatu sistem dengan menggunakan manajemen seperti konten keranjang belanja *e-commerce* yang professional yang bisa kamu unduh atau download secara gratis. PrestaShop pada saat ini sudah membuktikan bahwa fitur *e-commerce* bisa didownload dan digunakan secara gratis ini bisa menjadi solusi bagi toko online. PrestaShop merupakan salah satu *open source commerce* yang populer untuk digunakan dalam membuat toko online dengan komunitas besar di seluruh dunia. PrestaShop memiliki fitur yang diterjemahkan ke dalam 63 bahasa termasuk didalamnya ada bahasa Indonesia.

Pada kegiatan pelatihan Pembuatan Website Toko Online (Pretashop), Tim pengabdian masyarakat Universitas terbuka menyampaikan materi terkait “Cara Menginstall PrestaShop”. Selain itu, materi pada pelatihan juga membahas terkait “Cara Menggunakan PrestaShop untuk Website Toko Online”.

Gambar 6.

Pelatihan Pembuatan Website Toko Online (Pretashop)



E. SIMPULAN

Kegiatan abdimas tahun 2023 ini telah dilaksanakan dengan baik. Adapun dampak yang dirasakan oleh masyarakat Desa Tegal yakni terjadi peningkatan pengetahuan dan implementasi pengembangan digital marketing bagi pelaku UMKM dan sebagai revenue generating secara keseluruhan di Desa Tegal.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diucapkan pada:

1. Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Terbuka
2. LPPM Universitas Terbuka
3. Kepala Desa Tegal, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor
4. Masyarakat Desa Tegal, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor

Seluruh tim yang ikut serta mensukseskan kegiatan pengabdian masyarakat

G. REFERENSI

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* 1 (1). Hal 147–157.
- Chaffey, Dave. (2009). *E-Business And E-Commerce Management* (4th Edition ed.). England: Pearson Education.
- Fadly, Hawangga Dhiyaul., & Utama. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 5(2), p. 213-222.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philips & Armstrong, Gary. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 (12th ed.). Erlangga. Jakarta.

- Nugrahaningsih, P. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada BUMDes Blulukan Gemilang. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1).
- Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 Tentang Desa.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2021 Tentang Badan Usaha Milik Desa;
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1-17.
- Sanjaya, P. K. A., Hartati, N. P. S., & Premayani, N. W. W. (2020). Pemberdayaan Pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berdikari Melalui Implementasi Digital Marketing System. CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 65-75.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. Generation Journal, 4(1), 41- 47.
- Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah