



Pendampingan Digital Marketing Dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Penggaron

¹Dhian Satria, ²Yuki Amalia, ³Nurul Syafa, ⁴Tia Aisyah, ⁵Muhammad Azka,
⁶Liza Olivia

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya, Gunung Anyar,
Kota Surabaya, Jawa Timur 60249

e-mail: ¹dhian.satria@upnjatim.ac.id ²21043010223@student.upnjatim.ac.id,
³21043010057@student.upnjatim.ac.id, ⁴21051010095@student.upnjatim.ac.id,
⁵21081010132@student.upnjatim.ac.id, ⁶21035010027@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Pendampingan digital marketing dan pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BumDes) di Desa Penggaron, Kabupaten Jombang merupakan upaya untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing ekonomi desa melalui penguasaan teknologi informasi seperti penggunaan media sosial instagram dan facebook. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan observasi, wawancara, dan edukasi. Tim pengabdian memberikan pelatihan praktis dalam pembuatan konten, rebranding, dan desain visual dengan menggunakan aplikasi Canva. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan pemahaman pengurus BUMDes mengenai pentingnya pemasaran digital dan keterampilan teknis untuk mengelola pemasaran secara efektif.

Kata Kunci : Digital Marketing, Badan Usaha Milik Desa, Desa Penggaron

Abstract

The digital marketing and management assistance program for the Village-Owned Enterprises (BumDes) in Penggaron Village, Jombang Regency, aims to enhance the village's economic capacity and competitiveness through mastery of information technology, such as using social media platforms like Instagram and Facebook. The assistance activities were carried out through observation, interviews, and education. The outreach team provided practical training in content creation, rebranding, and visual design using the Canva application. The results of this program demonstrated an improvement in BumDes management's understanding of the importance of digital marketing and technical skills to manage marketing effectively.

Keywords : Digital Marketing, Village-Owned Enterprises, Penggaron Village

PENDAHULUAN

Teknologi informasi yang berkembang telah mengubah lingkup pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran kini telah terintegrasi dalam dunia digital yang sebelumnya melalui masa konvensional dan tradisional (Acharisa, 2018). Pelaku ekonomi harus mempunyai kemauan dan keberanian untuk menerapkan sistem digital dalam menjalankan kegiatan usahanya. Perlu diingat bahwa penggunaan sistem digitalisasi ini membawa banyak keuntungan, di antaranya dapat mempercepat transformasi kegiatan usaha, keakuratan dan efisiensi pertukaran informasi. Dalam jumlah besar dengan kata lain pemanfaatan teknologi informasi merupakan strategi yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan (Sanjaya et al, 2020). Transisi pada dunia digital dan internet pada strategi digital marketing kini akan lebih prospektif dikarenakan calon konsumen berpotensi untuk memperoleh interaksi dan informasi dengan mudah hanya melalui internet.

Media sosial menjadi platform yang sering digunakan untuk digital marketing, dengan berbagai karakteristiknya seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok dan X (sebelumnya Twitter) yang saat ini dapat dimanfaatkan untuk aktivitas pemasaran (Purwana et al, 2017). Menurut (Sagita & Wijaya, 2022) dalam buku Smith et al. (2017) sebanyak 69% konsumen menggunakan internet dan media sosial untuk berbagi informasi tentang produk dan layanan yang menghadirkan peluang bagi pelaku bisnis untuk melakukan pemasaran online secara masif dalam rangka menjangkau dan terhubung dengan mereka.

Bumdes merupakan Badan Usaha Milik Desa menjadi pilar aktivitas ekonomi di lingkup desa yang berfungsi sebagai lembaga sosial dan komersial. Dengan begitu, keberadaan BUMDes tentu harus adanya jaminan hukum yang kuat. Dalam hal ini pemerintah telah memberikan perhatian melalui Peraturan Pemerintah yang telah dibuat NO. 43 Tahun 2014 (PP Desa). Disebutkan bahwa BUMDes adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa, adapun penyertaan yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa.

Melalui kontribusi dalam penyediaan sosial, Bumdes hadir sebagai lembaga yang berpihak pada kepentingan masyarakat di Desa dan bertujuan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes). Dalam situasi saat ini, kontribusi BUMDes dalam memperkuat perekonomian desa dan meningkatkan pendapatan desa belum sepenuhnya terpenuhi karena desa tidak memiliki keterampilan yang memadai. Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi adalah karena sumber daya manusianya. Sebagai langkah konkrit untuk menyelesaikan persoalan penguatan pengelolaan BUMDes, tim pengabdian melaksanakan pemasaran digital dan pendampingan desain. Terdapat perubahan pola konsumen yang beralih ke penggunaan platform digital. Dimana hal tersebut menjadikan pemasaran digital memiliki peluang agar dimanfaatkan sebagai pemasaran global dengan cepat dan mampu menjangkau konsumen lebih banyak.

Pembentukan BUMDes didasari oleh beberapa latar belakang penting yaitu, pertama potensi ekonomi desa yang belum optimal, desa yang memiliki ratusan sampai ribuan masyarakat tentu memiliki potensi dalam perekonomian yang besar, mulai dari sumber daya alam, budaya dan pariwisata. Namun, potensi ini mayoritas masih belum dimanfaatkan dan dikelola dengan baik sehingga tidak memberikan manfaat dan hasil yang maksimal bagi masyarakat desa, yang perlu di garis bawahi adalah kehadiran BUMDes merupakan solusi untuk mengembangkan potensi secara profesional. Kedua, Pemberdayaan Masyarakat Desa, memberdayakan masyarakat desa untuk menjadi mandiri secara ekonomi adalah tujuan utama dari BUMDes.

BUMDes bisa terlibat langsung dalam kegiatan ekonomi produktif, seperti dari hasil pengolahan hasil pertanian, kerajinan tangan, dan usaha pariwisata. Ketiga, Adanya BUMDes dapat berdampak pada ketergantungan bantuan pemerintah sehingga dapat pembangunan dan pemberdayaan ekonomi dan dapat digunakan menjadi sumber pendapatan asli desa yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan dan pembangunan desa. Keempat, BUMDes berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di desa. BUMDes biasanya menyediakan layanan seperti

penyediaan listrik, air bersih dan layanan kesehatan. Dengan demikian, BUMDes dapat membantu pemerintah desa dalam memenuhi kebutuhan dasar untuk masyarakat desa. Kelima, adapun dalam pengelolaan BUMDes diarahkan pada prinsip pembangunan ekonomi berkelanjutan. Tidak hanya ekonomi, tapi juga dilihat dari aspek sosial dan lingkungan. Keenam, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai regulasi yang mendukung pembentukan dan pengelolaan BUMDes, seperti Undang-Undang Desa No.6 Tahun 2014 dan Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2021. Dukungan dari pemerintah bisa memberikan pelatihan manajemen, dana desa, serta pendampingan teknis untuk memastikan BUMDes dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak dan manfaat untuk masyarakat desa.

Salah-satu program pengabdian masyarakat ini sesuai dengan tema “Pendampingan Digital Marketing dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes di Desa Penggaron Kabupaten Jombang”, dalam proses pendampingan, pengabdian masyarakat telah melaksanakan pendampingan melalui Digital Marketing, hal ini mengedepankan branding BUMDes Desa Penggaron yang masih belum terlaksana, serta membantu pendampingan dalam melakukan pencatatan pembukuan yang ada di BUMDes melalui koperasi yang telah hadir, serta pembuatan logo yang baru sebagai identitas yang kuat kehadiran BUMDes Desa Penggaron

Dalam proses pendampingan, seluruhnya diawali dan memerlukan beberapa aktivitas meliputi pengamatan pada permasalahan yang dimiliki BUMDes di desa Penggaron, seperti memiliki permasalahan dalam pembukuan, promosi, branding dan pengelolaan internal, dan kebutuhan yang memiliki potensi BUMDes untuk maju. setelah diketahui permasalahannya, proses dalam mengelola dan melaksanakan ketepatan metode dilaksanakan secara bertahap hingga tujuannya tercapai dan sesuai dengan yang direncanakan.

METODE PELAKSANAAN

Metodologi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan penerjunan langsung ke lapangan untuk memberikan pendampingan kepada pengurus BUMDes Sumber Rejeki. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Pendampingan *Digital Marketing* dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Penggaron Kabupaten Jombang” dilakukan pada tanggal 27 Juli – 5 Agustus 2024 di BUMDes Sumber Rejeki di Desa Penggaron, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang. Hasil pengabdian dapat diukur secara deskriptif. Berikut adalah beberapa kegiatan yang kami lakukan untuk menentukan metode yang tepat dalam pelaksanaan program kerja:

1. Melakukan Pengamatan Lapangan Mengenai Permasalahan di Desa Penggaron, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang.

Kegiatan ini merupakan kegiatan ini dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung untuk mengetahui kondisi nyata di lapangan. Pengamatan dilakukan untuk memahami langsung permasalahan yang ada di desa tersebut. Setelah melakukan observasi, dilakukan wawancara dengan beberapa penduduk mengenai masalah yang dihadapi kemudian mencari solusi untuk strategi penyelesaiannya. Salah satu permasalahan yang ada di Desa Penggaron adalah kurangnya pengetahuan pengurus pengelolaan BUMDes Sumber Rejeki mengenai pentingnya digital marketing. Maka dari itu, solusi yang dapat ditawarkan adalah dengan melakukan pendampingan digital marketing kepada pengurus BUMDes Sumber Rejeki di Desa Penggaron, Kecamatan Mojowarno. Dengan harapan pengurus BUMDes dapat memperluas pengetahuan dan meningkatkan daya saing mereka di era globalisasi saat ini.

2. Melakukan Identifikasi terhadap Media Pemasaran yang Digunakan oleh BUMDes Sumber Rejeki di Desa Penggaron.

Kegiatan identifikasi penggunaan media pemasaran BUMDes dilakukan untuk memahami bagaimana teknologi digital diterapkan dalam pengembangan usaha. Berikut adalah metode yang digunakan untuk menilai penggunaan media pemasaran serta melaksanakan program kerja untuk BUMDes Sumber Rejeki di Desa Penggaron:

- a. Observasi

Kegiatan observasi ini dilakukan pada pengurus BUMDes untuk mempelajari metode pemasaran yang mereka gunakan. Observasi awal dilakukan dengan mengunjungi BUMDes Sumber Rejeki guna mengumpulkan informasi tentang kondisi dan masalah yang dihadapi. Penulis berusaha untuk mengamati secara mendalam dan mencari solusi guna mengatasi masalah yang ada di Desa Penggaron.

- b. Wawancara
Wawancara dilakukan dengan pengurus BUMDes Sumber Rejeki di Desa Penggaron untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber. Melalui wawancara tersebut, penulis mendapatkan data konkret mengenai berbagai masalah yang saat ini dihadapi oleh BUMDes Sumber Rejeki dalam menjalankan usaha mereka.
 - c. Dokumentasi
Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi / data berupa dokumentasi kegiatan observasi, wawancara, serta pendampingan di Desa Penggaron, Kecamatan Mojowarno. Pengumpulan data ini meliputi rekaman gambar yang bisa digunakan untuk menyimpulkan hasil penelitian.
3. Edukasi dan Implementasi Kegiatan Pendampingan *Digital Marketing*.
Pendampingan *digital marketing* dilakukan melalui penggunaan aplikasi Instagram dan Facebook. Proses pendampingan dimulai dengan panduan tentang cara mengunduh aplikasi, mendaftar sebagai penjual, dan teknik pemasaran produk. Selain itu, edukasi digital marketing juga mencakup pembuatan logo menggunakan aplikasi Canva, yang dirancang agar mudah digunakan oleh pemula. (Fanreza & Shilvana, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Survei ke Mitra

Pendampingan diawali dengan melakukan survei ke Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sumber Rezeki yang berlokasi di Desa Penggaron, Kabupaten Jombang. Survei dilakukan pada hari Sabtu, 27 Juli 2024 bersama pengurus BUMDes. Kegiatan survei mencakup wawancara mendalam dengan pihak pengurus BUMDes, observasi lapangan dan pengumpulan data terkait operasional dan pemasaran BUMDes. Informasi yang diperoleh memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi, kebutuhan dan kendala yang dihadapi pada kegiatan operasional BUMDes. Informasi tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam merancang program-program pendampingan yang tepat.

Kegiatan Pendampingan Terkait Strategi Peningkatan *Brand Awareness*

Kegiatan ini dilakukan cara mengedukasi para pengurus BUMDes terkait *brand awareness* yang bisa diterapkan ke dalam pengelolaan *digital marketing* BUMDes. Pembahasan yang dilakukan berkaitan dengan beberapa hal, antara lain:

- a. Penggunaan media sosial sebagai media pemasaran dan strategi meningkatkan kesadaran masyarakat terutama masyarakat Desa Penggaron terkait eksistensi BUMDes Sumber Rejeki. Media sosial yang digunakan antara lain Instagram dan Facebook. Media sosial yang dipilih ini, mengikuti permintaan dari pengurus BUMDes Sumber Rejeki yang disepakati bersama dengan tim pengabdian.
- b. Penyebaran informasi terkait BUMDes Sumber Rejeki melalui brosur dan media sosial. Untuk memaksimalkan *brand awareness* BUMDes Sumber Rejeki, tim pengabdian menggunakan cara konvensional melalui penyebaran brosur yang dilakukan dengan terjun langsung ke masyarakat Desa Penggaron. Selain itu, tim pengabdian juga menggunakan cara digital dengan pembuatan *feeds* dan *story* di Instagram dan Facebook BUMDes Sumber Rejeki.
- c. *Rebranding* logo BUMDes Sumber Rejeki. *Rebranding* logo dilakukan sesuai dengan permintaan dari pengurus BUMDes agar *style* logo baru yang digunakan terkesan modern dan mengikuti perkembangan zaman. Pembuatan logo juga turut mengikuti elemen-elemen

yang diminta oleh pengurus BUMDes. Tim pengabdian juga turut memberikan penjelasan terkait filosofi logo baru yang dapat dipakai oleh BUMDes Sumber Rejeki.

- d. *Sharing* pengetahuan antara tim pengabdian dan pengurus BUMDes dengan melakukan diskusi secara langsung tentang penggunaan media sosial, *copywriting*, dan *sharing* terkait tips dan trik meningkatkan *engagement* media sosial.

Kegiatan Pendampingan Terkait Strategi Peningkatan *Brand Awareness*

Kegiatan ini dilakukan cara mengedukasi para pengurus BUMDes terkait *brand awareness* yang bisa diterapkan ke dalam pengelolaan *digital marketing* BUMDes. Pembahasan yang dilakukan berkaitan dengan beberapa hal, antara lain:

- a. Penggunaan media sosial sebagai media pemasaran dan strategi meningkatkan kesadaran masyarakat terutama masyarakat Desa Penggaron terkait eksistensi BUMDes Sumber Rejeki. Media sosial yang digunakan antara lain Instagram dan Facebook. Media sosial yang dipilih ini, mengikuti permintaan dari pengurus BUMDes Sumber Rejeki yang disepakati bersama dengan tim pengabdian. Media sosial ini dikelola oleh tim pengabdian selama masa KKN berlangsung.
- b. Penyebaran informasi terkait BUMDes Sumber Rejeki melalui brosur dan media sosial. Untuk memaksimalkan *brand awareness* BUMDes Sumber Rejeki, tim pengabdian menggunakan cara konvensional melalui penyebaran brosur yang dilakukan dengan terjun langsung ke masyarakat Desa Penggaron. Selain itu, tim pengabdian juga menggunakan cara digital dengan pembuatan *feeds* di Instagram dan Facebook BUMDes Sumber Rejeki.
- c. *Rebranding* logo BUMDes Sumber Rejeki. *Rebranding* logo dilakukan sesuai dengan permintaan dari pengurus BUMDes agar *style* logo baru yang digunakan terkesan modern dan mengikuti perkembangan zaman. Pembuatan logo juga turut mengikuti elemen-elemen yang diminta oleh pengurus BUMDes. Tim pengabdian juga turut memberikan penjelasan terkait filosofi logo baru yang dapat dipakai oleh BUMDes Sumber Rejeki.
- d. *Sharing* pengetahuan antara tim pengabdian dan pengurus BUMDes dengan melakukan diskusi secara langsung tentang penggunaan media sosial, *copywriting*, dan *sharing* terkait tips dan trik meningkatkan *engagement* media sosial.

Kegiatan Pendampingan Desain

Tim pengabdian melakukan pendampingan terkait beberapa desain yang dapat dipakai secara berkelanjutan oleh BUMDes Sumber Rezeki. Kegiatan pendampingan ini berlangsung selama 1 minggu, yaitu dari 27 Juli hingga 3 Agustus 2024. Proses desain menggunakan aplikasi Canva baik HP maupun PC. Proses dilakukan oleh salah satu pengurus BUMDes Sumber Rezeki dengan tim pengabdian secara langsung atau luring. Beberapa desain yang telah dibuat dan dapat digunakan oleh BUMDes Sumber Rezeki diantaranya yaitu:

- a. Logo



Gambar 1. Logo BumDes

Filosofi logo BUMDes Sumber Rejeki adalah sebagai berikut:

1. Gapura Candi: Pintu gerbang menuju kesuksesan/kemajuan dan tujuan bersama dalam pelaksanaan program dan pembangunan BUMDes.
2. Kupu-Kupu: Transformasi BUMDes kepada kemajuan dan tujuan bersama dari BUMDes yang gemilang.

3. Dua Helai Daun: 2 program yang dilaksanakan oleh BUMDes (jual beli dan pelayanan masyarakat), warnanya melambangkan keramahan dan kekeluargaan.
4. Roda Gigi: Sinergitas dan gotong royong antara seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan dan pembangunan BUMDes untuk mencapai kemajuan dan tujuan bersama.

Logo ini dapat diterapkan kedalam beberapa desain seperti desain *feeds*, *InstaStory*, *banner*, brosur, foto profil media sosial, dan sejenisnya. Logo ini sebagai salah satu bentuk identitas dari BUMDes Sumber Rejeki yang turut berfungsi dalam meningkatkan *brand awareness* masyarakat.

b. Header Facebook

Desain *header* berisi tentang layanan dari BUMDes Sumber Rejeki, *contact person*, dan alamat BUMDes. *Header* ini akan diterapkan dalam media sosial Facebook BUMDes Sumber Rejeki yang menjadi tampilan utama selain foto profil. Desain *header* ini berfungsi memberi informasi dan meningkatkan *brand awareness* masyarakat terkait BUMDes Sumber Rejeki. Berikut merupakan hasil desain *header* untuk Facebook BUMDes Sumber Rejeki. Isi dari *header* adalah layanan yang dimiliki oleh BUMDes Sumber Rejeki beserta gambar yang sesuai dengan layanan yang ada, kontak yang bisa dihubungi, dan lokasi BUMDes Sumber Rejeki.



Gambar 2. Header Facebook BUMDes

c. Feeds

Media sosial Instagram dan Facebook menjadi media sosial yang dipilih BUMDes Sumber Rejeki sebagai wadah dalam memberikan informasi dalam bentuk digital. Tim pengabdian melakukan proses pembuatan dan pengelolaan akun Instagram dan Facebook BUMDes Sumber Rejeki. Selain itu, tim pengabdian juga turut melakukan pendampingan secara langsung dengan pengurus BUMDes Sumber Rejeki dalam pembuatan desain *feeds* dengan tujuan agar kepengurusan BUMDes dapat melanjutkan pembuatan *feeds* secara mandiri sesuai dengan kebutuhan. Proses desain *feeds* memanfaatkan aplikasi Canva baik Canva untuk HP, web, maupun PC.



Gambar 3. Pendampingan Pengelolaan Feeds Instagram BUMDes

Feeds atau gambar digital dipakai dengan metode *mirroring* yang diunggah ke media sosial BUMDes Sumber Rejeki. Pengunggahan *feeds* disertai dengan *caption* dan *hashtag* yang disesuaikan dengan informasi yang ada didalam *feeds*. *Caption* yang dipakai dapat membantu audiens untuk lebih memahami informasi yang tertera dalam *feeds*. Sedangkan *hashtag* dapat membantu menjangkau lebih luas audiens dengan kategori *hashtag* yang digunakan. Berikut merupakan media sosial yang pembuatan *feeds* dan informasi tambahannya sudah dibuat dan dikelola isinya oleh tim pengabdian selama masa KKN.



Gambar 4. Feeds Instagram BUMDes

d. Brosur

Brosur menjadi alat promosi dengan metode konvensional masih efektif digunakan di Desa Penggaron. Hal ini juga dipengaruhi dengan sebagian masyarakat berusia lanjut yang tidak seluruhnya menggunakan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi. Tim pengabdian membuat desain brosur yang nantinya dapat digunakan oleh pengurus BUMDes Sumber Rejeki untuk disebarakan ke seluruh masyarakat Desa Penggaron. Isi informasi dalam brosur meliputi nama BUMDes, layanan yang ditawarkan oleh BUMDes baik barang maupun jasa, benefit menggunakan layanan BUMDes Sumber Rejeki, kontak yang bisa dihubungi, dan lokasi BUMDes Sumber Rejeki. Berikut merupakan desain brosur yang telah dibuat oleh tim pengabdian.



Gambar 5. Brosur BUMDes

Potensi Digital Marketing yang Berkelanjutan

Potensi digital marketing yang berkelanjutan sangatlah besar dan terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Begitu pula potensi digital marketing pada BUMDes di Desa Penggaron yang menunjukkan prospek yang sangat menjanjikan untuk peningkatan ekonomi desa. Potensi ini dapat diwujudkan melalui strategi yang mencakup penggunaan media sosial, rebranding, dan penyebaran brosur sebagai media pemasaran. BUMDes dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan pasar, mempromosikan produk dan layanan yang tersedia, serta berinteraksi langsung dengan konsumen secara efisien. Selain penggunaan sosial media, kegiatan rebranding atau pembaharuan logo dan identitas visual BUMDes juga dapat memberikan tampilan yang lebih modern dan menarik, sehingga meningkatkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Penyebaran brosur informatif dan menarik di area strategis desa juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat lokal mengenai keberadaan dan manfaat BUMDes. Melalui pendekatan ini, BUMDes Sumber Rejeki dapat memperkuat posisinya di pasar, menarik minat masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Penerapan Digital Marketing di BUMDes Penggaron

Teknologi informasi yang berkembang pesat telah mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan masyarakat, termasuk bidang pemasaran. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Acharisa (2018), metode komunikasi pemasaran telah bertransformasi dari konvensional ke digital. Perubahan ini tidak hanya terjadi di kota besar tetapi juga di wilayah pedesaan, termasuk Desa Penggaron, Kabupaten Jombang. Dalam konteks ini, pendampingan digital marketing bagi BUMDes Penggaron menjadi sangat relevan.

Salah satu bentuk digital marketing yang kami terapkan adalah penggunaan media sosial. Sebagai platform yang populer dan sering digunakan, media sosial menawarkan berbagai karakteristik yang dapat dimanfaatkan untuk aktivitas pemasaran. Menurut Purwana et al. (2017), platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok memiliki potensi besar dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Feeds Instagram dan Facebook

Kami mengimplementasikan pemasaran digital melalui dua platform utama, yaitu Instagram dan Facebook.

1. Feeds Instagram (Katalog dan Profil BUMDes):

Kami merancang feed Instagram yang menarik dengan fokus pada katalog produk dan profil BUMDes. Feed ini menampilkan foto-foto produk yang diambil dengan kualitas tinggi dan diberi deskripsi singkat namun informatif. Kami juga menyertakan cerita di balik produk, asal-usul bahan baku, dan proses pembuatan yang menambah nilai jual produk. Selain itu, kami memperkenalkan anggota tim BUMDes dan kisah sukses mereka, untuk memberikan sentuhan personal dan membangun kepercayaan dengan audiens.

2. Feeds Facebook (Katalog dan Profil BUMDes):

Sama seperti Instagram, kami juga mengembangkan feed Facebook yang komprehensif. Mengingat Facebook memiliki fitur yang mendukung interaksi lebih intens, seperti grup dan halaman bisnis, kami memanfaatkan ini untuk membangun komunitas online. Kami memposting update tentang produk, promosi khusus, dan testimoni pelanggan. Selain itu, kami menggunakan fitur Facebook Ads untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan konversi penjualan.

Desain Logo dan Brosur

3. Desain Logo:

Kami menciptakan logo yang merepresentasikan identitas dan nilai-nilai BUMDes Penggaron. Logo ini didesain dengan mempertimbangkan aspek visual yang sederhana namun

bermakna, menggunakan warna-warna yang menggambarkan kearifan lokal dan keaslian produk desa. Logo ini tidak hanya digunakan di media sosial tetapi juga pada berbagai materi pemasaran lainnya, seperti kemasan produk dan merchandise.

4. Desain Brosur:

Brosur digital yang kami buat memuat informasi lengkap tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh BUMDes. Brosur ini dirancang dengan tata letak yang menarik dan mudah dibaca, menyertakan gambar-gambar produk, informasi harga, serta kontak yang bisa dihubungi. Brosur ini didistribusikan secara online melalui media sosial dan platform lainnya, serta dicetak untuk didistribusikan secara fisik di berbagai acara dan pameran.

Peningkatan Daya Saing Melalui Digitalisasi

Pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi dalam pemasaran terbukti meningkatkan daya saing BUMDes Penggaron. Sebagaimana disampaikan oleh Sanjaya et al. (2020), digitalisasi mampu mempercepat transformasi kegiatan usaha, serta meningkatkan keakuratan dan efisiensi pertukaran informasi. Penggunaan media sosial dan desain visual yang menarik telah memperkuat brand BUMDes Penggaron di mata konsumen.

Transformasi Perilaku Konsumen

Perubahan pola konsumen yang beralih ke penggunaan platform digital menjadi salah satu faktor penting dalam strategi pemasaran kami. Sebagaimana dinyatakan oleh Sagita & Wijaya (2022), banyak konsumen menggunakan internet dan media sosial untuk berbagi informasi tentang produk dan layanan. Hal ini menghadirkan peluang bagi BUMDes Penggaron untuk melakukan pemasaran online secara masif dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Dampak Positif Pendampingan Digital Marketing

Pendampingan digital marketing yang kami lakukan tidak hanya memberikan dampak positif dalam hal peningkatan visibilitas dan penjualan produk, tetapi juga dalam hal peningkatan keterampilan sumber daya manusia di Desa Penggaron. Para pengelola BUMDes mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengelola pemasaran digital, yang diharapkan dapat terus mereka kembangkan di masa depan.

KESIMPULAN

Dunia digital telah mengubah pemasaran secara signifikan, dan sangat penting bagi bisnis, termasuk Bumdes, untuk mengadopsi perubahan ini. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, dan lainnya sekarang sering digunakan untuk kegiatan pemasaran. Platform ini memberikan kesempatan bagi bisnis untuk menjangkau dan terhubung dengan audiens yang lebih besar. BUMDes, yang berfungsi sebagai lembaga sosial dan komersial di desa-desa, dapat mendapatkan keuntungan yang signifikan dari pemasaran digital. Namun, kontribusi Bumdes dalam memperkuat ekonomi desa dan meningkatkan pendapatan desa belum sepenuhnya terwujud karena keterampilan yang tidak memadai, terutama dalam sumber daya manusia. Untuk mengatasi masalah ini, tim yang berdedikasi memberikan dukungan pemasaran digital dan desain untuk Bumdes.

Potensi ekonomi desa sering tidak digunakan secara optimal, dan Bumdes bertujuan untuk mengembangkan potensi ini secara profesional. Dengan memberdayakan komunitas desa untuk menjadi mandiri secara ekonomi, Bumdes dapat mempengaruhi ketergantungan pada bantuan pemerintah dan meningkatkan kualitas layanan publik di desa. Manajemen Bumdes dipandu oleh prinsip-prinsip pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan mempertimbangkan perspektif sosial dan lingkungan. Dalam program layanan komunitas, tim mendukung manajer BUMDes Resource Rejeki di Penggaron, Mojowarno, Jombang. Kelompok kami mengidentifikasi masalah seperti masalah akuntansi, promosi, branding, dan manajemen internal. Untuk mengatasi masalah ini, tim mengimplementasikan pemasaran digital dan pendidikan menggunakan aplikasi Instagram dan Facebook, aplikasi Canva, dan metode lainnya. Kami juga melakukan survei untuk dukungan mitra, mengidentifikasi penggunaan media pemasaran BUMDes, dan menerapkan program dalam bentuk pemasaran digital dan pendidikan. Tim

menggunakan metode konvensional dan digital untuk memaksimalkan kesadaran merek, seperti menyebarkan brosur dan menciptakan feed dan cerita di Instagram dan Facebook.

Potensi pemasaran digital berkelanjutan sangat besar, dan Bumdes di Penggaron menunjukkan prospek yang menjanjikan untuk perbaikan ekonomi desa. Potensi ini dapat diwujudkan melalui strategi yang mencakup penggunaan media sosial, rebranding, dan distribusi brosur sebagai media pemasaran. Pada akhirnya, pemasaran digital memberikan peluang yang signifikan bagi Bumdes untuk memperkuat posisinya di pasar, menarik minat publik, dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

SARAN

Terkait keterkaitan Teori dan Data, pastikan bahwa setiap temuan yang disajikan dalam hasil penelitian dihubungkan dengan teori atau literatur yang sudah ada. Hal ini dapat menambah kekuatan analisis dan memberikan landasan yang lebih kuat untuk kesimpulan yang ditarik dan menekankan pada kebaruan temuan atau pendekatan yang digunakan. Jika mungkin, bandingkan dengan studi kasus lain untuk menegaskan pentingnya hasil yang diperoleh

DAFTAR PUSTAKA

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* 1 (1). Hal 147–157.
- Makmur, B. P. Pendampingan Digital Marketing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Puri Makmur Guna Optimalisasi Pemasaran.
- Fanzeza, R., & Shilvana, R. (2021). Melatih Pelaku UMKM Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi di Dusun VII Manunggal. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1179–1184.
- 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
- Ridlwan, Z. (2014). Urgensi BUMDes dalam Pembangunan Perekonomian Desa. *Fiat Justicia Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Lampung*, 8(3), 424-440