

Penerapan Digital Marketing Usaha Gerabah Tanah Liat Pada Bumdes Sebagai Upaya Percepatan Pencapaian Sdgs Desa Mayong Lor

Nailil Muna^{1*}, Er Melinda Swissa².

^{1,2} Universitas Al Hikmah Jepara, Program Studi Bisnis Digital

Email* : munanailil45@gmail.com

ABSTRAK

BUMDES merupakan salah satu program pemerintah untuk pemberdayaan dan kemajuan ekonomi lokal. Tantangan terbesar BUMDES adalah terbatasnya pengembangan usaha dan penguatan manajemen. Permasalahan objek pengabdian ini adalah kurangnya pemahaman mitra terkait manajemen usaha dan strategi pemasaran digital. Pelaku bisnis belum memahami urgensi manajemen bisnis digital dalam jangka panjang. Tujuan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk unggulan desa menampu melalui BUMDES Mayong Lor dengan meningkatkan pemahaman terkait manajemen bisnis digital sebagai upaya percepatan pencapaian SDGs Desa. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan sosialisasi dan pelatihan. Hasil pengabdian kepada Masyarakat ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku bisnis di bawah naungan Bumdes Mayong Lor terkait digital marketing.

Kata kunci: Digital Marketing, SDGS, Bumdes

ABSTRACT

BUMDES is one of the government programs for empowerment and progress of the local economy. The biggest challenge for BUMDES is the limited business development and management strengthening. The problem with this service object is the partners' lack of understanding regarding business management and digital marketing strategies. Business people do not yet understand the urgency of long-term digital business management. The aim of this community service activity is to increase sales of superior products in the village through BUMDES Mayong Lor by increasing understanding regarding digital business management as an effort to accelerate the achievement of the Village SDGs. The implementation method uses a socialization and training approach. The result of this community service is an increase in the knowledge and abilities of business people under the auspices of Bumdes Mayong Lor regarding digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, SDGS, Bumdes

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) didirikan oleh pemerintah guna menggalakkan program strategis untuk pemberdayaan desa. BUMDES adalah badan hukum yang didirikan oleh desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan, dan menyediakan jasa usaha lainnya untuk kesejahteraan masyarakat desa (Permendes PDDT 3 Tahun 2021). Tantangan terbesar yang umumnya dialami oleh BUMDES adalah sektor pengembangan usaha melalui penciptaan inovasi dan penguatan manajemen. Inovasi itu sendiri merupakan proses memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas (Hartini, 2012).

Inovasi sangat dibutuhkan dalam sebuah manajemen bisnis. Suherman (dalam Yudiman et al, 2020) menyatakan bahwa manajemen bisnis adalah seni dan ilmu yang digunakan sebagai alat untuk melakukan proses pengelolaan sumberdaya dan sumber dana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengelolaan BUMDES secara umum masih menggunakan manajemen bisnis yang rendah, skala kecil dan strategi bisnis yang kurang dapat bersaing. Oleh sebab itu diperlukan pengelolaan manajemen yang baik, agar mampu mendukung program percepatan pencapaian SDGs Desa. SDGs Desa merupakan upaya terpadu guna membangun ekonomi, sosial, lingkungan, hukum dan tata kelola masyarakat di tingkatan desa. Pengabdian ini berfokus pada tipologi desa ekonomi tumbuh merata dan tujuan SDGs desa yang ke 9 yaitu : infrastruktur dan inovasi desa sesuai kebutuhan.



Gambar 1. Program SDGs

BUMDES Mayong Lor berlokasi di Desa Mayong Lor, Kecamatan Mayong, Kabupaten Jepara. Produk unggulan bumdes ini yaitu batu bata dan genteng. Selama ini pemasaran batu bata dan genteng terkena dampak pandemi Covid 19 menyebabkan pengusaha melakukan peralihan metode pemasaran dari pemasaran konvensional (*offline marketing*) menjadi pemasaran digital (*online marketing*). Pemasaran digital adalah proses strategi dalam membuat, mendistribusikan, mempromosikan, dan memberikan harga serta pelayanan yang baik kepada target market melalui internet atau media digital (Sarasuti, 2017). Menurut Putoandi (dalam Pratiwi, 2021) manfaat penggunaan *digital marketing* antara lain, membangun personal branding, memperluas pemasaran, membangun komunikasi langsung dengan konsumen, dan persebaran informasi produk yang cepat. Usaha masyarakat Desa Mayong Lor didukung oleh banyak pihak. Tim pengabdian akan membantu mengimplementasikan manajemen bisnis digital dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan di bidang *digital marketing*.

Perkembangan IPTEK memaksa pelaku bisnis untuk dapat memanfaatkan dunia digital dan internet dalam memasarkan produk yang dijual (Susilowati et al, 2021). Saat ini, tersedia berbagai platform digital media sosial yang dapat digunakan secara gratis dan tidak memerlukan keahlian khusus dalam memanfaatkannya seperti Instagram, Whatshapp, Facebook, dan sebagainya (Harahap et al, 2021). Selain itu, ada pula berbagai marketplace yang juga dapat dimanfaatkan UMKM seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lainnya. Adanya penggunaan digital marketing diharapkan mampu menggerakkan roda perekonomian UMKM terlebih di era pandemi Covid-19 ini.

Kendala utama yang dihadapi mitra pengabdian adalah kurangnya pemahaman mitra terkait manajemen usaha dan strategi pemasaran digital. Mitra belum memahami urgensi manajemen bisnis digital dalam jangka panjang.

Berdasarkan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu melaksanakan sosialisasi dan pelatihan manajemen bisnis berbasis digital di Bumdes Menampu sebagai upaya percepatan pencapaian SDGs desa. Rencana kegiatan pengabdian ini merupakan upaya yang dilakukan guna membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Menampu, yang merupakan salah satu desa binaan Universitas Jember.

METODE PENGABDIAN

Waktu dan lokasi pengabdian yaitu pelaksanaan mulai bulan Desember 2022 di Desa Mayong Lor Kecamatan Mayong Kabupaten Jepara. Khalayak Sasaran adalah semua pelaku bisnis di Desa Mayong Lor Kecamatan Mayong Kabupaten Jepara. Mitra pengabdian dalam kegiatan ini adalah Kepala Desa Mayong Lor yang menaungi BUMDES Mayong Lor. Metode pendekatan yang digunakan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Sosialisasi.

Metode ini dilakukan dalam bentuk pemberian ceramah tentang program pengabdian desa binaan yang dilakukan oleh tim Bisnis Digital Universitas Al Hikmah Jepara. Selain itu mitra juga diberikan ceramah mengenai urgensi digital business, pengelolaan dan penyusunan keuangan, serta inovasi produk batu bata, genteng, dan berbagai bisnis lainnya.

2. Metode Pelatihan. Metode ini dilakukan dengan cara berupa training yang terdiri dari beberapa kali pertemuan dalam satu tahun pelaksanaan pengabdian program desa binaan. Pelatihan ini nantinya akan dilakukan oleh dosen yang terlibat dalam tim pengabdian sesuai bidang kompetensinya. Selain itu juga didukung oleh keterlibatan mahasiswa untuk membantu kelancaran proses pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Desa Mayong Lor adalah sebuah desa di Kecamatan Mayong, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Desa Mayong Lor adalah desa sentra industri gerabah dengan produk unggulan daerahnya adalah olahan tanah liat. Usaha gerabah yang saat ini ditekuni oleh masyarakat Mayong Lor adalah industri rumahan yang berasal dari warisan nenek moyang secara turun temurun dan menjadi sumber ekonomi masyarakat sekitar. Permasalahan mitra pengrajin olahan tanah liat seperti batu bata dan genteng adalah rendahnya pemanfaatan digital marketing untuk mendukung pemasaran produk.

Kelompok pengrajin olahan gerabah tanah liat merupakan salah satu kelompok pengrajin yang terdampak adanya pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan sumberdaya manusia dari kelompok pengrajin tidak memiliki cukup pengetahuan dan pengalaman dalam memanfaatkan digital marketing. Saat ini, kebutuhan pengrajin olahan gerabah ukir tanah liat di Desa Mayong Lor adalah memulihkan perekonomian industri ekonomi kreatif yang

selama ini menurun akibat Pandemi Covid-19. Program pengabdian ini sekaligus peningkatan kesejahteraan para pengrajin, dapat meningkatkan budaya iptek serta berperan aktif dalam aktivitas sosial ekonomi. Program ini berisi tentang pemberian pengetahuan, pelatihan, dan pendampingan berbagai digital marketing baik dari pengertian dan jenisnya.

Lokasi kegiatan pengabdian terletak di Desa Mayong Lor, Kecamatan Mayong, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Kegiatan ini dilakukan pada bulan Desember 2022 dengan mitranya adalah beberapa pemilik usaha olahan gerabah tanah liat dengan jumlah pesertanya adalah dua puluh orang. Langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan, yaitu:

1. Sosialisasi/Pengenalan Program Pengabdian

Kegiatan pada tahap pengenalan program pengabdian diisi dengan sosialisasi terhadap perwakilan pihak desa menampu dan bumdes Mayong Lor terkait kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Sosialisasi dilakukan dengan menjelaskan program dosen mengabdikan ke desa serta pengenalan anggota tim. Kegiatan tersebut dihadiri oleh ketua Bumdes Mayong Lor dan perwakilan perangkat desa.

Para pengelola Bumdes dan perwakilan desa menyambut baik program pengabdian ini dan bersedia untuk bersinergi untuk menyukseskan program pengabdian ini karena program tersebut juga dapat digunakan untuk mengembangkan Bumdes di Desa Mayong Lor. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengenalan program pengabdian ini terkait waktu, target sasaran, metode, dan teknis pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan. Kegiatan ini juga membahas target luaran yang akan dihasilkan yaitu jurnal pengabdian dan media publikasi yang akan dituju.

2. Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan berikutnya yang dilakukan yakni pelatihan mengenai *digital marketing*. Pelatihan ini membahas tuntas mengenai strategi marketing dengan memanfaatkan media sosial, mengetahui *customer journey*, dan lain-lain. Adanya pelatihan mengenai *digital marketing*, membuat masyarakat Desa Mayong Lor dapat belajar tentang bagaimana memasifkan promosi produknya. Selain itu, dengan memanfaatkan *digital marketing* juga dapat membuat produk hasil olahan masyarakat Desa Mayong Lor menjadi lebih dikenal tidak hanya di Mayong sendiri melainkan di seluruh daerah Kabupaten Jepara atau bahkan dikenal oleh masyarakat diluar Kabupaten Jepara.



Gambar 2. Pelatihan kepada pemilik usaha desa Mayong Lor

Pelatihan ini disampaikan langsung oleh dosen-dosen Bisnis Digital Universitas Al Hikmah Jepara. Masyarakat sangat menyambut baik adanya pelatihan ini, terbukti dengan banyaknya masyarakat yang bertanya tentang bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi serta cara-cara menjual produk melalui *market place*.

Peningkatan kesadaran pelaku bisnis akan pentingnya *digital marketing* diawali dengan penyamaan *mindset* terkait bisnis digital. *Mindset* tersebut antara lain siap sukses dan gagal (yaitu konsisten pada setiap stage perkembangan bisnis); punya mentor (yaitu hal yang sangat penting untuk mengurangi kesalahan pada bisnis); dan memiliki partner (merupakan hal yang opsional, partner juga penting untuk sharing ide-ide baru dan modal usaha).

Poin penting yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan ini adalah sebagai berikut: Setiap orang memiliki preferensi saluran digitalnya yang masing-masing dan cara setiap orang menggunakan saluran digital cenderung berbeda-beda; Idealnya, pemilik usaha harus hadir di setiap saluran yang mungkin digunakan oleh konsumen, Masing-masing saluran digital harus memiliki fungsi yang saling menguatkan untuk membantu perjalanan konsumen. Dengan memanfaatkan dan menyusun *omni channel*, kita bisa memaksimalkan potensi penjualan produk.

Kelebihan dari penggunaan digital marketing adalah produsen dalam hal ini adalah penjual produk dapat mengembangkan jejaring pemasaran sekaligus peluang ekspor dalam segi bisnis lainnya. Selain itu, daya saing UMKM pun akan meningkat. Adanya digital marketing membuat konsumen memiliki informasi yang lengkap terkait dengan detail produk, harga maupun foto real produk. Pemanfaatan *digital marketing* juga dapat memudahkan mitra dalam membuat database konsumen sekaligus data penjualannya. Akun marketplace yang digunakan juga dapat membaca peta dan alur pemesanan yang biasa digunakan oleh konsumen. Hal ini digunakan untuk membantu mitra dalam menentukan strategi publikasi dan promosi.

Faktanya, digital marketing lebih memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian secara online (tanpa batas ruang, waktu dan jarak) dan tidak perlu bertatap muka. Transaksi pembelian produk dengan memanfaatkan digital marketing juga lebih cepat dan mudah serta lebih efisien terkait dengan biaya operasional. Kekurangan dalam penggunaan digital marketing adalah adanya sikap individualism karena proses jual-beli tidak dilakukan secara langsung. Terkadang juga menimbulkan kekecewaan dari pembeli apalagi produk gerabah dari tanah liat merupakan produk yang rawan pecah. Adanya perbedaan warna produk akibat pencahayaan antara gambar foto dan gambar asli juga terkadang membuat pembeli merasa kecewa terhadap produk yang dibeli secara online. Produsen yang menjualbelikan produknya secara online harus berani mengambil resiko jika produk buatannya ditiru ataupun dijiplak oleh orang lain. Apalagi dalam hal ini adalah olahan gerabah tanah liat dimana pembuatan desain produknya melalui proses kreativitas pengrajin. Apabila hal ini terjadi maka sangat merugikan pengrajin baik secara materi maupun immaterial (keorisinilan produk).

SIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian ini pengrajin olahan gerabah tanah liat dapat memiliki pengetahuan tentang berbagai digital marketing baik dari pengertian dan jenisnya. Selain itu, pengrajin juga dapat membuat konten dan caption persuasive untuk pemasaran. Adanya akun media sosial, marketplace dan web dapat digunakan oleh mitra untuk meningkatkan jejaring pemasaran, promosi, dan publikasi produk yang dikenal. Diharapkan dengan adanya pengembangan jejaring pemasaran maka akan terjadi peningkatan omset pengrajin yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan pengrajin. Tanggapan positif diperlihatkan oleh mitra dengan antusiasme mereka pada saat melakukan kegiatan, hasil survei tanggapan mitra terkait program kegiatan menunjukkan bahwa materi yang disajikan sesuai yang dibutuhkan oleh mitra dan diperlukan adanya bentuk kegiatan pendampingan lain dalam upaya kesejahteraan pengrajin olahan gerabah tanah liat.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, H.S., Dewi, N.K., dan Ningrum, E.P. 2021. Pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2):77-85.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. 14(1):82–88.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online. *Visi Komunikasi*. 16(01):71–90.
- Susilowati, Giantika, G., Munanjar, A., dan Utomo, I.W. 2021. Penyuluhan tentang Pemanfaatan Media Digital Marketing dalam Penyampaian Informasi sebagai Wujud Pelayanan Prima pada Anggota Yayasan Pundi Rakyat Jakarta Pusat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 1(2):379-388.
- Yadiman, Ghani, Y. A., & Hamzah, F. (2020). Problematis Realistis Manajemen Bisnis dan Bisnis Manajemen. *Jurnal Sain Manajemen*. 2(2):6–11.