



INOVASI DIGITAL BISNIS PADA BUMDES DAN UMKM DI DESA TIRTAWANGUNAN, KECAMATAN SINDANGAGUNG, KABUPATEN KUNINGAN

Oleh

Dodi¹, Winda Oktaviani², Januar Habibi Mahsyar³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan, Indonesia

Email : [1dodi@uniku.ac.id](mailto:dodi@uniku.ac.id)

Article History:

Received: 16-03-2023

Revised: 23-03-2023

Accepted: 11-04-2023

Keywords:

BUMDes, Business

Scale, Digital

Innovation

Abstract: *One of the factors in economic growth and development is the increasing competence of human resources, especially human resources, which in this case is an increase in the entrepreneurial spirit of the community. Tirtawangunan Village is a village that has a BUMDes named Permata Tirta, Administratively Tirtawangunan village is located in Sindangagung District, Kuningan Regency, 7 km from the city center. However, BUMDes and SMEs in Tirtawangunan village are not well developed. Therefore, to increase business scale and manage entrepreneurial activities, Community Service for MSME actors and BUMDes Tirtawangunan managers, Sindangagung District, Kuningan Regency was held on November 16, 2021. The method used was Lectures and Discussions. The result of this Community Service activity is that BUMDes managers know that business scale can be increased by managing MSMEs in Tirtawangunan village using digital innovation, namely e-commerce so that both BUMDes and MSMEs can provide mutual benefits for village development.*

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa dalam pasal 1 ayat 6, yang menyatakan bahwa BUMDes merupakan badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa. BUMDes di inisiasi oleh masyarakat atau pemerintah desa untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian, sumber daya alam (SDA), dan sumber daya manusia (SDM) guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan potensi desa melalui pertanian, peternakan, simpan pinjam, pengelolaan air bersih, kredit usaha mikro, perkebunan, dan wisata.

Anggaran yang diberikan oleh pemerintah dalam lima tahun terakhir untuk program dana desa sekitar Rp. 330 Triliun, dalam hal ini sepertinya pemerintah desa belum dapat memanfaatkan dana tersebut secara optimal terutama untuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) (Blandina Hendrawardani et al., 2022). Desa Tirtawangunan merupakan desa yang memiliki BUMDes, secara Administratif desa Tirtawangunan terletak di Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan. Dengan batas wilayahnya yaitu sebagai berikut :

Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Dukuhlor



Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Kertawangunan

Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Babakanreuma

Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kertayasa

Desa Tirtawangunan berjarak 7 km dari pusat kota dengan jarak tempuh menggunakan kendaraan bermotor selama 30 menit. berada pada ketinggian + 1400 M diatas permukaan laut. Dengan luas wilayah 51.544 Ha, dengan jumlah penduduk sebanyak 1.891 orang, terdiri dari 922 orang laki-laki dan 969 orang perempuan (data bulan Februari 2021). Desa Tirtawangunan merupakan wilayah pedesaan yang semakin berkembang. Dengan potensi yang dimiliki oleh desa Tirtawangunan ini seharusnya BUMDes Tirtawangunan dapat memanfaatkan potensi desa dan dana dari pemerintah dengan baik, akan tetapi pada kenyataannya BUMDes di Desa Tirtawangunan ini tidak demikian. Untuk mewujudkan hal tersebut pemerintah Desa harus memiliki inovatif terkait pengelolaan BUMDesnya. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan oleh pemerintahan desa adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan tata kelola penyelenggaraan BUMDesnya (Tjokro et al., 2020) Hal ini dikarenakan teknologi informasi saat ini sudah dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat desa dan memiliki pengaruh dalam tatanan kehidupan masyarakat saat ini (Ekasari et al., 2012)

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology* (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Jaidan, 2010). Dengan adanya internet dan *Information and Communication Technology* (ICT) proses pemasaran dan penjualan menjadi lebih fleksibel karena dapat dilakukan dimana dan kapan saja tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Hal ini berimbas dimana dunia pemasaran trendnya beralih menjadi digital (online) dari yang semula konvensional (offline) (Krisna et al., 2020)

Digitalisasi *marketing* melalui pemanfaatan teknologi ini sangat perlu diimplementasikan pada pengembangan entitas bisnis skala mikro yang terletak di pedesaan seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan UMKM. Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah maupun BUMDes 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 di BUMDes ; (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 BUMDes yaitu BUMDes *Online* (Krisna et al., 2020). Berdasarkan keTiga pilar tersebut Digitalisasi marketing menjadi hal yang sangat penting dan dibutuhkan untuk pengembangan BUMDes dan UMKM, mengingat BUMDes dan UMKM mempunyai peran yang sangat strategis dalam perputaran roda perekonomian di desa itu sendiri.

Penulis melakukan observasi melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat guna mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh BUMDes dan UMKM di Desa Tirtawangunan, dimana penulis memberikan pembinaan kepada pengelola agar dapat meningkatkan potensi desanya melalui BUMDes dan UMKM. Berikut kendala yang ditemukan selama observasi :

Faktor Sumber Daya Manusia



Keberadaan BUMDes sebagai instrumen dalam meningkatkan kesejahteraan dengan melibatkan masyarakat dalam pengelolaan. Namun kompetensi dan pengetahuan SDM pengelola masih minim sehingga keberadaan BUMDes belum mampu memberikan manfaat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Seperti kebanyakan masyarakat desa pada umumnya, masyarakat desa Tirtawangunan ini pun terkesan menutup diri terhadap perubahan dan perkembangan terutama di bidang teknologi, sehingga kendala utama dalam mengembangkan skala usaha yang pertama adalah bagaimana mengubah pandangan dan pola pikir masyarakat terhadap bisnis digital yang jika dimanfaatkan secara tepat guna maka akan memberikan dampak yang besar bagi masyarakat para pelaku UMKM.

Sementara itu, generasi muda di desa Tirtawangunan yang mampu memanfaatkan teknologi digital justru kurang termotivasi untuk memanfaatkannya dalam mengelola UMKM setempat yang sebagian besar pelaku usahanya sudah berusia lanjut.

Faktor Perizinan

Skala usaha yang kecil, lingkup pemasaran yang terbatas serta anggaran yang minim menjadikan para pelaku UMKM tidak ada keinginan untuk melakukan pengurusan izin produksi pangan berskala rumah tangga (PIRT). Selain karena harus memenuhi syarat dan standar tertentu, pengurusannya dirasa memberatkan bagi pelaku UMKM desa Tirtawangunan, sehingga dari beberapa usaha yang terdapat di desa, hanya sebagian kecil saja yang sudah memiliki PIRT. Hal tersebut juga berlaku terhadap sertifikasi Halal, mereka lebih memilih mengalokasikan dananya untuk tambahan modal daripada untuk mengurus PIRT dan sertifikasi Halal.

Solusi dan Luaran

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan maka solusi yang dapat ditawarkan adalah:

1. Melakukan pemetaan terkait Potensi dan Tantangan yang ada di BUMDes dengan metode analisis SWOT
2. Melakukan pendampingan terkait digital bisnis dengan pengenalan dan pembuatan platform digital yang akan digunakan untuk memperluas skala bisnis.
3. Memberikan Pelatihan kepada pengelola BUMDes terkait Teknik dalam melakukan promosi produk yang berorientasi online

Adapun luaran dari kegiatan Pengabdian ini yaitu:

Diharapkan terbentuk Produk Unggulan yang ada di Desa yang siap dipasarkan oleh BUMDes dari UMKM unggulan atau produk baru

1. Diharapkan terbentuk Model Kerja yang terpadu antara BUMDes dan UMKM yang saling memberikan keuntungan yang ada di Desa
2. Diharapkan terbentuk suatu komoditas dari UMKM dan BUMDes yang bernilai jual tinggi
3. Diharapkan terbentuknya kesadaran bagi pihak BUMDes dan UMKM untuk mengelola asset dan usaha dengan terampil melalui penerapan manajemen di dalam bisnis
4. Diharapkan untuk kedepannya mengurus izin PIRT dan sertifikasi Halal demi kemajuan usahanya

Manfaat dan Dampak Sosial

Manfaat dan dampak sosial yang diharapkan dari program pengabdian ini adalah:



1. Terbentuknya pemahaman manajerial di dalam BUMDes dan pengelolaan UMKM yang terukur dan terstruktur secara optimal
2. Terbentuknya produk yang memiliki keunggulan di BUMDes dengan menerapkan analisis SWOT
3. Terbentuknya perekonomian yang maju dan meningkat untuk masyarakat desa Tirtawangunan
4. Terbentuknya model Kerjasama yang sinergis dalam bidang ekonomi di desa Tirtawangunan sehingga dapat mencapai kesejahteraan ekonomi secara bersama semua masyarakat

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan program pengabdian pada masyarakat di Desa Tirtawangunan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

Melakukan pendekatan sosialisasi dan diskusi dengan kepala desa beserta perangkat desa terkait permasalahan yang dihadapi dalam hal pengelolaan BUMDes dan pihak UMKM di Desa Tirtawangunan. kegiatan sosialisasi dan diskusi dilakukan kepada pengelola BUMDes dan pihak UMKM mengenai pentingnya melakukan analisis SWOT dan penggunaan teknologi informasi dalam menjalankan usaha, terutama untuk melaksanakan sistem pemasaran digital, hal ini penting untuk dilakukan agar terbentuk paradigma baru bahwa penggunaan teknologi informasi dalam hal digitalisasi *marketing* itu sangatlah penting terutama di era digitalisasi revolusi 4.0 seperti sekarang ini

Melakukan seleksi peserta untuk kegiatan selama program pelatihan yaitu dengan pemberdayaan pengelola BUMDes dan pihak UMKM dalam menganalisis SWOT di suatu Usaha dan pemanfaatan teknologi *digital marketing*, pemberdayaan pengelola BUMDes dan UMKM di Desa Tirtawangunan. disini dilakukan dengan cara memberikan edukasi secara mendetail dalam membuat sebuah akun toko berbasis digital yang sederhana sehingga dapat diterapkan langsung kepada pengelola BUMDes dan UMKM. Melalui sistem digital *marketing* diharapkan pemasaran produk BUMDes dan UMKM dapat lebih cepat dan luas sehingga mampu bersaing di pasar Nasional.

Melakukan pendampingan penerapan program terkait metode dari analisis SWOT dan inovasi digital bisnis. pendampingan program dilakukan setelah kegiatan pelatihan analisis SWOT dan pembuatan akun toko berbasis digital serta operasionalisasi *digital marketing* dilaksanakan, selanjutnya dilakukan kegiatan pendampingan. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan untuk membantu pihak manajemen dalam menghadapi kendala-kendala dalam pemanfaatan teknis di dalam digitalisasi *marketing*.

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal dari usaha bisnis. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan dalam sebuah perusahaan (Freddy Rangkuti (2015;18). Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan



ancaman yang akan dihadapi di dalam lingkungan Perusahaan. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategik yang berhasil Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.



Gambar 1. Analisis SWOT

Setelah melakukan analisis SWOT, langkah selanjutnya kita melakukan penerapan inovasi digital melalui aplikasi Digital Marketing yaitu membuat marketplace (Tokopedia) di BUMDes dan UMKM dengan produk andalan yang ada di Desa Tirtawangunan diantaranya Produk olahan Gemblong yang terbuat dari bahan dasar singkong dan Sambal Siwang (Terasi Bawang).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tirtawangunan merupakan desa yang memiliki BUMDes, secara Administratif desa Tirtawangunan terletak di Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan. Desa ini diketahui memiliki lahan yang potensial, dimana sebagian besar masyarakat melakukan kegiatan pertanian. Namun demikian, jiwa berwirausaha masyarakat dirasa masih sangat rendah karena meskipun potensi desa sudah cukup baik akan tetapi produk unggulan desa masih berskala kecil dan hanya memenuhi kebutuhan pasar lokal saja. Atas latar belakang tersebut, dengan didukung kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, selaku tim dosen melakukan kegiatan pendampingan dengan penyuluhan mengenai peningkatan skala usaha dengan penerapan bisnis digital yang dalam hal ini adalah pengenalan dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai media berwirausaha untuk mendongkrak penjualan dan skala bisnis.

Terdapat beberapa produk UMKM yang diberikan pendampingan untuk mengembangkan usaha di desa Tirtawangunan ini, yaitu UMKM gemblong yang sudah memproduksi sejak 1992 dan sambal bawang yang populer belakangan ini diantara para pecinta kuliner. Kegiatan pendampingan dimulai dengan melakukan observasi ke lokasi



produksi UMKM tersebut, dilanjutkan dengan melihat kegiatan produksi yang diselingi dengan diskusi dan mengumpulkan informasi terkait kendala-kendala yang dihadapi.

<p>Strength (S) Potensi sumber daya alam desa yang dapat dimanfaatkan Lokasi desa yang tidak terlalu jauh dari pusat kota Adanya produk UMKM khas / unggulan desa</p>	<p>Weakness (W) Belum adanya pemanfaatan teknologi untuk pemasaran BUMDes belum menjadi sarana yang memfasilitasi UMKM Belum ada pengarahannya teknis terkait pengembangan usaha</p>
<p>Opportunity (O) Produk khas/ unggulan desa dapat dipasarkan melalui <i>marketplace</i> Pangsa pasar yang lebih luas dengan adanya penggunaan bisnis digital</p>	<p>Threat (T) Pangsa pasar yang semakin besar, persaingan pun semakin besar</p>

Pendampingan pada UMKM di desa Tirtawangunan juga dilakukan dengan:

Mendesain ulang kemasan produk Gemblong dan sambal Terasi Bawang sebagai langkah awal agar produk terlihat lebih menarik saat dipasarkan pada *marketplace*

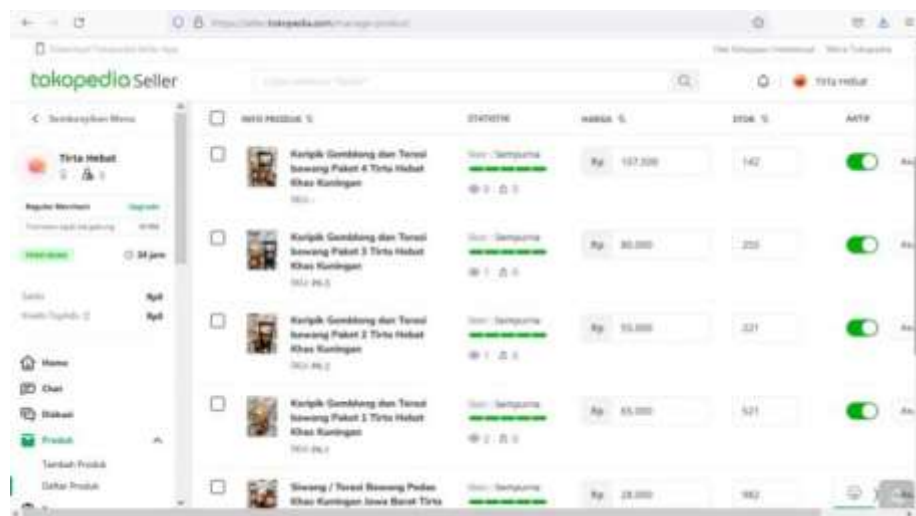
1. Membuat akun Tokopedia untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan pengelolaannya diserahkan kepada BUMDes
2. Memberikan pendampingan kepada pengelola BUMDes untuk mengelola *Marketplace* dalam hal ini Tokopedia untuk mulai mengakomodir UMKM yang ada di desa Tirtawangunan lainnya untuk mendesain ulang kemasannya agar layak jual.



Gambar 2. Pendampingan UMKM Gemblong



Gambar 3. Pendampingan UMKM Sambal Bawang



Gambar 4. Toko Online Tirta Hebat

KESIMPULAN

Persaingan dalam dunia pekerjaan yang sudah amat tinggi membuat kegiatan wirausaha sangat dibutuhkan saat ini. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk dapat mengembangkan produk dan pangsa pasarnya menjadi semakin luas. Kebijakan otonomi daerah seharusnya mendukung kemajuan desa dalam melakukan kegiatan usaha. Dilihat dari potensi yang dimiliki desa Tirtawangunan, seharusnya produk khas dari desa ini dapat menjadi produk unggulan bahkan memiliki pasar yang besar. Dengan dukungan dan koordinasi dari BUMDes diharapkan dapat meningkatkan skala usaha berbagai produk UMKM di desa Tirtawangunan. Dengan adanya masyarakat dan pemerintah desa yang bersinergi diharapkan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat desa Tirtawangunan dalam jangka panjang.



SARAN

Hasil dari pendampingan UMKM yang telah dilaksanakan diharapkan dapat dengan konsisten dijalankan demi kemajuan BUMDes dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. BUMDes diharapkan mampu memberikan wadah bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya sehingga cukup fokus pada produksi saja sedangkan untuk pemasaran sudah dikelola oleh BUMDes melalui *Marketplace*.

PENGAKUIAN/AKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Kuningan, Rektor Universitas Kuningan, kepala desa, pengelola BUMDes Permata Tirta dan semua pihak untuk segala dukungan yang telah diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terselenggara dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Blandina Hendrawardani, Asep Supriyanto, Sri Wahyuningsih, & Wenny Marlina. (2022). Pelatihan Pemasaran Bumdes Melalui Marketplace di Desa Klapasawit Kecamatan Buluspesantren Kabupaten Kebumen. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 390–399. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.920>
- [2] Ekasari, P., Dharmawan, H., Sains, D., Masyarakat, P., & Manusia, F. E. (2012). *DAMPAK SOSIAL-EKONOMI MASUKNYA PENGARUH INTERNET DALAM KEHIDUPAN REMAJA DI PEDESAAN Socio-Economic Impacts by the Internet Usage of Teenagers in Villages*. 06(01).
- [3] *Freddy Rangkuti.pdf*. (n.d.).
- [4] Jaidan, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- [5] Krisna, P., Sanjaya, A., Putu, N., Hartati, S., Wayan, N., & Premayani, W. (2020). *Pemberdayaan Pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berdikari Melalui Implementasi Digital Marketing System*. 3, 65–75.
- [6] Tjokro, C., Niaga, J. A., & Ambon, P. N. (2020). Analisis Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Maneksi*, 9(1), 362–370.