

Pemanfaatan E-commerce Sebagai Media Strategi Pemasaran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Silih Wangi

Gevira Siti Fatimah^{1,*}, Dr. Itto Turyandi, Gunawan Undang².

¹)Manajemen, Ekonomi, Universitas Al-Ghifari, Kota Bandung, Indonesia

²)Universitas Al-Ghifari, Kota Bandung, Indonesia

*Corresponding author

E-mail: gevirasf0606@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat kompleks dan memberi banyak dampak bagi kehidupan manusia, termasuk bisnis dalam internet, yaitu E-commerce yang menghemat waktu dan tidak memerlukan modal besar untuk mempromosikan produk. Salah satunya adalah website Shopee yang melayani penjualan barang dan jasa sehingga siapa saja dapat berbisnis dan bersaing dengan biaya rendah. Website ini menyediakan peluang bisnis dan menjual berbagai produk dengan harga lebih terjangkau dibanding toko umumnya. Untuk melancarkan pemasarannya. Shopee bekerjasama dengan lembaga perbankan dan perusahaan lain agar konsumen mudah dalam melakukan pembayaran. Shopee juga bekerjasama dengan agen-agen pengiriman besar untuk memudahkan pemeriksaan status pengiriman barang. Penelitian ini bertujuan untuk memecahkan masalah yang berkembang dalam masyarakat, khususnya permasalahan yang ada di Desa Dayeuhluhur Kecamatan Ganeas Kabupaten Sumedang. Seperti halnya yang terjadi pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dayeuhluhur, dengan pengelolaan dan kemajuan BUMDes sudah cukup baik dan hasil tani yang cukup melimpah juga sudah menghasilkan beberapa produk akan tetapi dalam jangkauan pemasarannya sangat terbatas, maka dengan kondisi yang seperti itu penulis memberikan saran serta implementasi e-commerce yaitu pembuatan toko shopee sebagai strategi pemasaran guna untuk meningkatkan penjualan yang lebih luas juga dapat berdaya saing. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara. Shopee merupakan mall online yang menyediakan bisnis online dengan mudah, sekaligus memberi pengalaman belanja online yang aman dan nyaman karena dilengkapi mesin pencari (search engine) yang memudahkan pencarian produk, direktori sebagai katalog belanja, dan fitur-fitur agar pengguna mudah menggunakan shopee, serta artis sebagai duta website adalah strategi pemasaran unik untuk menarik minat masyarakat.

Kata kunci: BUMDes, Dayeuhluhur, E-commerce, Shopee

ABSTRACT

Currently the development of information technology is very complex and has many impacts on human life, including business on the internet, namely E-commerce which saves time and does not require large capital to promote products. One of them is the Shopee website which serves the sale of goods and services so that anyone can do business and compete at low costs. This website provides business opportunities and sells various products at a more affordable price than the general store. To launch marketing. Shopee cooperates with banking institutions and other companies to make it easier for consumers to make payments. Shopee also collaborates with major shipping agents to make it easier to check the delivery status of goods. This study aims to solve problems that develop in society, especially problems that exist in Dayeuhluhur Village, Ganeas District, Sumedang Regency. As is the case with the Village-Owned Enterprises (BUMDes) Dayeuhluhur, with the management and progress of the BUMDes, it is quite good and the abundant agricultural products have also produced several products but the marketing range is very limited, so with such conditions the author provides suggestions and the implementation of e-commerce, namely the creation of a shopee shop as a marketing strategy in order to increase wider sales and also be competitive. This study uses a qualitative descriptive method with observation and interview techniques. Shopee is an online mall that provides online business easily, while providing a safe and comfortable online shopping experience because it is equipped with a search engine that makes it easy to find products, a directory as a shopping catalog, and features to make it easy for users to use Shopee, as well as artists. as a website ambassador is a unique marketing strategy to attract people's interest.

Keywords: BUMDes, Dayeuhluhur, E-commerce, Shopee

PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi, komputer dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat memperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Pengguna internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi aplikasi strategi bisnis. Pengguna internet telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang bisnis terutama pada perusahaan berskala besar. Melihat kenyataan tersebut, maka penerapan teknologi e-commerce merupakan salah satu faktor penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari pelaku bisnis. Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan online yang berupa e-commerce. Seperti halnya yang terjadi pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang didirikan pada tanggal 17 Oktober 2017 dengan sertifikat dan legalitas yang resmi dengan Nomor penerbitan AHU-05468.AH.01.33. TAHUN 2022 yang di terbitkan oleh Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. BUMDes Silih Wangi berlokasi di Desa Dayeuhluhur Kecamatan Ganeas Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. Tujuan dari didirikannya BUMDes Silih Wangi untuk menunjang pelayanan masyarakat Desa Dayeuhluhur dan bergerak di bidang pengolahan hasil tani masyarakat Desa setempat, dengan pengelolaan dan kemajuan BUMdes yang sudah cukup baik dan hasil tani yang cukup melimpah juga sudah menghasilkan beberapa produk akan tetapi dalam jangkauan pemasarannya sangat terbatas, maka dengan kondisi yang seperti itu penulis memberikan saran serta implementasi e-commerce yaitu pembuatan toko shopee sebagai strategi pemasaran guna untuk meningkatkan penjualan yang lebih luas juga dapat berdaya saing.

BUMDes atau Badan Usaha Milik Desa menurut Permendagri No. 39 Tahun 2010 tentang BUMDes adalah usaha desa yang dibentuk/didirikan oleh pemerintah desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah desa dan masyarakat. BUMDes adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Menurut UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, desa dapat mendirikan badan usaha sesuai dengan potensi dan kebutuhan desa. Dijelaskan juga dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, dan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa bahwa untuk meningkatkan pendapatan desa dan masyarakat, pemerintah desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa. Hal tersebut berarti pembentukan BUMDes didasarkan pada kebutuhan, potensi, dan kapasitas desa, sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Perencanaan dan pembentukan BUMDes adalah atas prakarsa masyarakat desa.

BUMDes didirikan berdasarkan kebutuhan dan potensi desa yang merupakan prakarsa masyarakat desa. Artinya usaha yang kelak akan diwujudkan adalah digali dari keinginan dan hasrat untuk menciptakan sebuah kemajuan di dalam masyarakat desa. Peran BUMDes dalam penelitian ini ditinjau melalui beberapa aspek yang merupakan tujuan dari BUMDes itu sendiri berdasarkan PPP BUMDes (2007), yaitu: 1. Pelayanan–Keuntungan–Keberlangsungan; 2. Akuntabilitas–Perkembangan Aset Desa; 3. Peningkatan Taraf Hidup Pengurus–Komisaris–Masyarakat; 4. Ketaatan BUMDes terhadap peraturan dan Perundang–Undangan.

METODE

Menurut Moloeng, (2007: 6) Memahami jenis penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subyek penelitian secara menyeluruh dengan cara deskripsi. Entah dalam bentuk kata-kata serta bahasa, pada konteks khusus yang dialami serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Dengan metode ini yang pertama dilakukan yaitu identifikasi masalah dengan melakukan observasi dan wawancara kemudian penetapan masalah, selanjutnya pengumpulan data, setelah mendapatkan data dari beberapa sumber kemudian dianalisis lalu menentukan pemecahan masalahnya. Berikut Langkah-langkah dalam pengimplementasian e-commerce dengan menggunakan marketplace shopee:

1. Rabu, 06 Juli 2022 rapat sekaligus persiapan workshop e-commerce dengan tema “Menuju Millenial Yang Cakap Digital Dalam Pengetahuan dan Bisnis” dengan susuna kepanitiaan sebagai berikut:

Pembina	:	Dr. Itto Turyandi, S.E., S.I.P, M.SI
Penanggung Jawab:		Edwar Agustian

Ketua Pelaksana: Cepi Munajat
 Sekretaris : Ajeng Tri Septiani
 Bendahara : Santi Fitriana
 Divisi Acara : Gevira Siti Fatimah
 Divisi Konsumsi: Muna Milenia
 Divisi Publikasi dan Dokumentasi: Farhan Fatur R, Rista Awaliah Triani
 Divisi Logistik : Arif Maulana S, Fikri Rizal F

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

WAKTU	KEGIATAN	PENANGGUNG JAWAB
08.00-09.00	Pendaftaran Ulang Peserta	• Acara
09.00-09.30	Pembukaan • Sambutan Ketua Pelaksana • Ketua KKN MBKM • Kepala Desa Daveuhluhur	MC • Cepi Munajat • Edwar Agustian • Bapak Eman Sutisna S.Pd.I
09.30-09.40	Foto Bersama dan penutup	Medfokom
09.40-10.30	Pemaparan Materi Literasi Digital	Edwar Agustian
10.30-11.20	Pemaparan Materi E-Commerce	Ajeng Tri Septiani
11.20-11.40	Game	Acara
11.40-12.00	Foto Bersama dan penutup	MC

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan di Desa Dayeuhluhur Kecamatan Ganeas Kabupaten Sumedang Jawa Barat, bekerjasama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Silih Wangi didirikan tanggal 17 Oktober 2017 dengan sertifikat dan legalitas yang resmi dengan Nomor penerbitan AHU-05468.AH.01.33. TAHUN 2022 yang di terbitkan oleh Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Tujuan dari didirikannya BUMDes Silih Wangi untuk menunjang pelayanan masyarakat Desa Dayeuhluhur dan bergerak di bidang pengolahan hasil tani masyarakat Desa setempat.

Produk yang pertama dikelola oleh BUMDes itu sendiri dimulai dari isi ulang air galon. Melihat situasi kondisi potensi yang ada di Desa Dayeuhluhur dengan hasil tani yang cukup mumpuni juga banyak pengrajin yang memproduksi olahan dari hasil bumi yang ada di desa maka BUMDes menjadi tergerak untuk bisa menjadi wadah bagi masyarakat yang berwirausaha dengan memasarkan produknya melalui BUMDes itu sendiri.

Olahan hasil bumi Desa Dayeuhluhur seperti keripik singkong, keripik pisang, sapu uyun, keripik pisang edun, gula aren itu yang menjadi sasaran utama dalam peningkatan penjualannya. Tentu saja masyarakat mitra yang bergabung pada BUMDes itu sudah memiliki pasarnya masing-masing akan tetapi tidak dalam cakupan yang luas, maka dari itu BUMDes menyediakan wadah bagi masyarakat yang ingin megembangkan usahanya. Tidak hanya itu sebelum produk dipasarkan di marketplace ada pembaharuan dalam pengemasan produk yang sebelumnya hanya dikemas dengan seadanya saja kemudian diubah menjadi produk yang mempunyai ciri khas tersendiri sehingga tidak mudah ditiru dan diakui oleh sembarang orang.

Setelah adanya pembaharuan produk dan siap dipasarkan kemudian peneliti melakukan foto produk dan selanjutnya masuk kedalam tahap pembuatan toko shopee.

Tahap yang dilakukan dalam pembuatan toko shopee yaitu :

1. Download aplikasi Shopee melalui Google Play Store atau App Store menggunakan handphone Anda atau akses situs Shopee melalui <https://shopee.co.id/> menggunakan komputer/laptop.
 2. Setelah mengunduhnya, pastikan kamu memiliki akun Shopee yang aktif. Klik “Daftar” jika kamu belum memiliki akun. Kamu bisa membuat akun menggunakan nomor ponsel, akun Facebook, maupun akun Google. Selesaikan proses daftar hingga akunmu sudah terverifikasi aktif.
 3. Setelah berhasil masuk, pilih menu “Saya” di pojok kanan bawah aplikasi Shopee.
 4. Klik “Mulai Jual” pada halaman Saya.
 5. Klik “Mulai Pendaftaran”, lalu lanjutkan dengan mengisi informasi penting yang dibutuhkan.
 6. Setelah toko sudah selesai dibuat, kamu bisa meng-upload foto produk yang ingin kamu jual.
- Berikut beberapa foto produk yang sudah peneliti lakukan:



Gambar 1. Foto Produk Penelitian

KESIMPULAN

Permasalahan yang ada di Desa Dayeuhluhur yaitu terbatasnya pemasaran dalam produk yang dihasilkan dari hasil bumi di desa tersebut, dengan pemanfaatan strategi pemasaran berbasis e-commerce dapat meningkatkan penjualan juga mengembangkan produk ke masyarakat yang lebih luas serta dapat menembus pasar yang jauh lebih besar. Ketika kita sudah mempunyai brand sendiri maka akan lebih mudah jika kita ingin memasarkan di tempat-tempat yang membuka peluang bagi pelaku bisnis kecil sebagai mitra kerja yang menyimpan produknya untuk dipasarkan. E-commerce merupakan sebuah system yang dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam

berbisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas dari produk dan informasi serta mengurangi biaya-biaya yang memang tidak diperlukan sehingga harga dari produk dapat ditekan sedemikian rupa tanpa mengurangi dari kualitas yang ada. Dengan pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet sebagai media pemasaran dapat memberikan manfaat yang besar terhadap bisnisnya. Salah satu implemtasi teknologi dalam hal meningkatkan bisnis serta penjualannya adalah dengan menggunakan e-commerce untuk memasarkan berbagai macam produk. Agar dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pelayanan maka hal-hal yang perlu dilakukan adalah membentuk suatu tim yang mampu mengelola toko shopee tersebut sehingga proses penjualan bisa berjalan dengan baik, juga pelayanan konsumen dengan penjualan yang aman dan terpercaya dengan menampilkan gambar produk yang sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya dan adanya respon yang lebih cepat dari pihak toko terhadap pemesanan maupun komplain pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat..

DAFTAR RUJUKAN

Daftar rujukan ditulis dengan APA (American Psychological Association) Style, minimal 15 sumber rujukan termasuk buku, jurnal, dokumen resmi, peraturan/undang-undang, dan sejenisnya. Ditulis seperti beberapa contoh berikut:

- Maria R. R. S. A. (2016). Peranan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Pada Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan Studi Pada Bumdes Di Gunung Kidul, Yogyakarta. [MODUS Vol.28 (2): 155-167]
- Febby, S. Y., Immamatur, R., Risma, D. C., & Nur, H., (2021). Optimalisasi Strategi Pemasaran BUMDes melalui E-Commerce di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BUMDes Madu Sejahtera Desa Segoromadu), 1-12
- Ramadana, C. B., Ribawanto, H., & Suwondo. (N.D.). Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sebagai Penguatan Desa (Studi Di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang).
- Gavansha, & Octavia. (2021). E-Commerce: Pasar Digital Dan Barang Digital. Jurnal Sistem Informasi Bisnis. Jakarta: Feb-Universitas Mercu Buana.
- Rahmati. 2009. Pemanfaatan E-commerce Dalam Bisnis DiIndonesia. <http://citozcome.blogspot.com/2009/05/pemanfaatan-e-commerce-dalam-bisnis-di.html>. Diakses tanggal 06 Agustus 2022.
- Siregar, Riki R. 2010. Strategi Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan dengan Penerapan E-commerce. <http://blog.trisakti.ac.id/riki/2010/03/12/strategi-meningkatkan-persaingan-bisnis-perusahaan-dengan-penerapan-e-commerce/>. Diakses tanggal 01 Agustus 2022.
- Sukmajati, Anina. 2009. Penerapan E-commerce Untuk Meningkatkan Nilai Tambah (Added Value) bagi Perusahaan. <http://aninasukmajati.wordpress.com>. Diakses : 07 Agustus 2022.
- Suyanto, M. 2003, Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia. Andi Yogyakarta
- Yurindra. 2011. Transisi dan Siklus Pengembangan E-Commerce di Perusahaan. <http://yurindra.wordpress.com/e-commerce/transisi-dan-siklus-pengembangan-e-commerce-di-perusahaan/>. Diakses tanggal 01 Agustus 2022.
- Fadel R. L. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.Com. [Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer]
- Nurul, H., & Oky. A. P. (2021). Penerapan E-Commerce Untuk Strategi Pemasaran Produk Pertanian Pada Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sumber Makmur. Jurnal Setia Dewantara. 1
- Jonathan, Albertus. 2012. Strategi Business To Business (B2b) Dalam Manajemen Bisnis Perusahaan. Surabaya: Universitas Khatolik Widya Mandala.
- Deni, A., & Arie Y. S., (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. Jurnal IAIL. 131-136
- Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.
- Handayani (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. [Jurnal Ilmiah]
- Abdi Pandu K. Kurniawan Agus P. (2017). Perancangan Dan Implementasi E-Commerce untuk Penjualan Baju Online Berbasis Android. [Jurnal Antivirus]