

Pendampingan Pelatihan Pembuatan Konten Dan Foto Produk Badan Usaha Milik Desa di Desa Sindangheula Kabupaten Serang

Agung Satrio¹, Maulana Yusuf², Rahmawati Allyreza³,

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Correspondence Email: agungsatriow@untirta.ac.id

Abstrak

Pemasaran produk UMKM yang berada di bawah naungan Badan Usaha Milik Desa sering kali mengalami kendala dalam hal metode dan teknik pemasaran yang selama ini dilakukan. Pemasaran secara sederhana melalui getok tular dan pemasaran melalui media sosial grup (WhatsApp dan Facebook) menyebabkan pangsa pasar produk UMKM terbatas. Selain itu, meskipun pemasaran produk UMKM sudah dilakukan secara digital melalui telemarket seperti Shopee dan Tokopedia, tidak menjamin penjualan produk meningkat pesat, jika tidak dibarengi dengan pemasangan foto dan kontek produk pada telemarket tersebut. Keindahan fotografi dan konten sebuah produk menjadi salah satu pendorong, pembeli berniat membeli suatu produk/barang. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pendampingan pelatihan pembuatan konten dan foto produk UMKM yang berada di bawah unit usaha Badan Usaha Milik Desa Sindangheula Kabupaten Serang. Metode kegiatan dilakukan melalui pemaparan materi tentang pengayaan digital marketing dan dilanjutkan dengan pembuatan konten produk serta foto produk umkm dengan menggunakan alat sederhana seperti handpohone, alat makan, dan lain sebagainya. Peserta pelatihan adalah perwakilan BUMDesa dan UMKM di Kabupaten Serang yang telah mengikuti kegiatan pelatihan sebelumnya. Hasil pelatihan diharapkan peserta dapat membuat foto produk dengan alat sederhana yang dimiliki (handphone) untuk kemudian diunggah dalam flatform akun telemarket BUMDesa dan UMKM sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan produk.

Kata kunci : pendampingan pelatihan, konten produk, foto produk, BUMDesa

Abstract

Marketing of Micro Small Medium Enterprise (MSME) products under the auspices of Village-Owned Enterprises often experiences obstacles in terms of marketing methods and techniques that have been carried out so far. Simple marketing through getok tular and marketing through social media groups (WhatsApp and Facebook) has limited the market share of MSME products. In addition, even though the marketing of MSME products has been carried out digitally through telemarkets such as Shopee and Tokopedia, it does not guarantee that product sales will increase rapidly, if it is not accompanied by the installation of product photos and context on the telemarket. The beauty of photography and content of a product is one of the drivers, buyers intend to buy a product/item. Based on this, this activity was carried out to provide training assistance in making content and photos of MSME products under the business unit of the Sindangheula Village-Owned Enterprise, Serang Regency. The activity method was carried out through material exposure on digital marketing enrichment and continued with the creation of product content and photos of unkm products using simple tools such as handphones, cutlery, and so on. The training participants were representatives of BUMDesa and MSMEs in Serang Regency who had participated in previous training activities. The results of the training are expected that participants can make product photos with simple tools owned (cellphones) and then upload them to the BUMDesa and MSME telemarket account platforms so as to increase the number of product sales.

Keywords: *training assistance, product content, product photos, BUMDes*

Pendahuluan

Badan Usaha Milik Desa atau BUMDes merupakan amanat dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, terutama pasal 1 angka 6. Keberadaan BUMDes bagi perekonomian di desa merupakan upaya menstimulasi dan menggerakkan roda perekonomian masyarakat di desa. Lebih lanjut, Permendagri Nomor 39 Tahun 2010 tentang Pembentukan BUMDes menyatakan bahwa pemerintah kabupaten berdasarkan peraturan daerah dapat menyusun pedoman tata cara pembentukan dan pengelolaan BUMDes, untuk kemudian pada tingkat pemerintah desa membentuk BUMDes berdasarkan peraturan desa dengan tetap mengacu pada peraturan daerah tersebut.

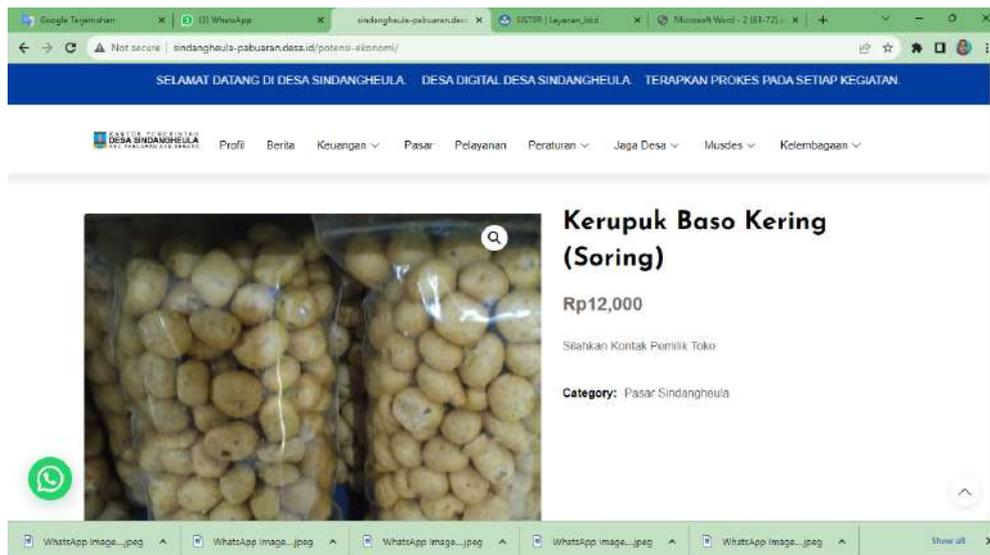
Tujuan pembentukan BUMDes antara lain meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan pengelolaan potensi desa serta meningkatkan pembangunan desa dan memberdayakan masyarakat. Di Kabupaten Serang sendiri terdapat 90 BUMDes dengan 35 BUMDes sudah berjalan optimal, dan 55 BUMDes belum berjalan optimal dengan beberapa permasalahan sebagaimana hasil penelitian (Allyreza et al., 2022) yaitu BUMDes terbentuk sebagai syarat menggugurkan kewajiban UU No. 6 Tahun 2014, belum ada konsentrasi usaha yang dilakukan, pengurus BUMDes kurang memiliki inovasi untuk pengembangan produk, dan pengelola BUMDes kurang memahami pemasaran produk secara digital.

Permasalahan terkait pemasaran produk juga dialami oleh KUB Mayang Mangurai di Kota Jambi dimana produk khas kerupuk ikan Mursida dalam pemasarannya belum memiliki media sosial sebagai media promosi produk dan belum memiliki pemahaman serta keterampilan dalam membuat konten iklan digital marketing (Khaira et al., 2022). Lebih lanjut, (Christy et al., 2021) menyatakan bahwa BUMDesa Kertajaya Cianjur dalam pemasaran produknya dilakukan secara manual dengan komoditas utama yaitu beras cianjur.

Pemasaran produk BUMDes dan UMKM secara digital marketing telah dilakukan melalui kegiatan pelatihan digitalisasi BUMDes yang diselenggarakan tahun sebelumnya dengan peserta 16 orang perwakilan dari 8 BUMDes di Kabupaten Serang. Hasil kegiatan pertama berupa pendampingan pengurus BUMDes dan UMKM untuk memiliki akun penjual pada market place terutama 2 market place besar yaitu Shopee dan Tokopedia dan memberikan pelatihan bagaimana membuat titik usaha pada google map untuk mempermudah pencaharian jika ada pembeli atau masyarakat dari luar Kabupaten Serang yang mencari produk-produk lokal khas Serang.

Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian (Rukmana et al., 2023) bahwa peluang digitalisasi dapat membantu BUM Desa meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, sehingga membantu memperkuat kepercayaan masyarakat pada BUM Desa. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga dapat membantu BUM Desa mematuhi peraturan dan persyaratan hukum yang berlaku. Lebih lanjut, (Nani et al., 2023) mengedukasi pengurus BUMDes dari dua desa, Pemerintah Desa, Tokoh Masyarakat, UMKM, dan kelompok anak muda untuk meningkatkan pengetahuan usaha di desa tentang pentingnya digital marketing (DM) untuk peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha yang dilaksanakan. Hal ini bertujuan agar membantu para pemangku kepentingan dapat meningkatkan pendapatan dan menambah pengetahuan di era digital agar tidak tergerus oleh perubahan zaman

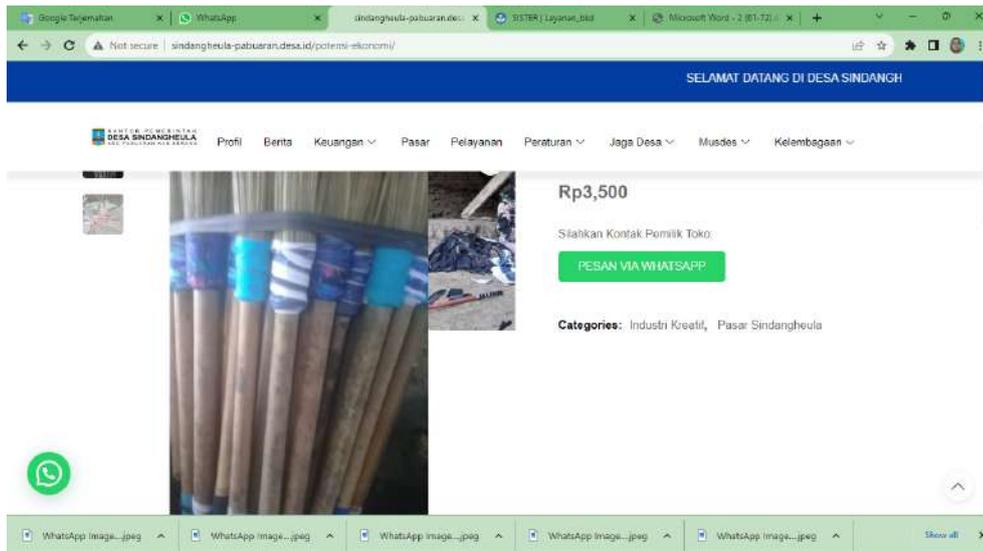
Desa Sindangheula sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan memiliki produk lokal unggulan yaitu sapu lidi dan kerupuk baso kering dimana dalam pemasarannya masih bersifat konvensional sehingga menyebabkan penumpukan produk dan penjualan produk sangat rendah. Berikut ini tampilan produk dan website penjualan produk BUMDes Sindangheula



Sumber : website desa sindangheula potensi ekonomi-produk bumdes, 2023



Sumber : Sapu lidi - produk unggulan Desa Sindangheula yang dikelola oleh BUMDes Sindangkarya, 2023



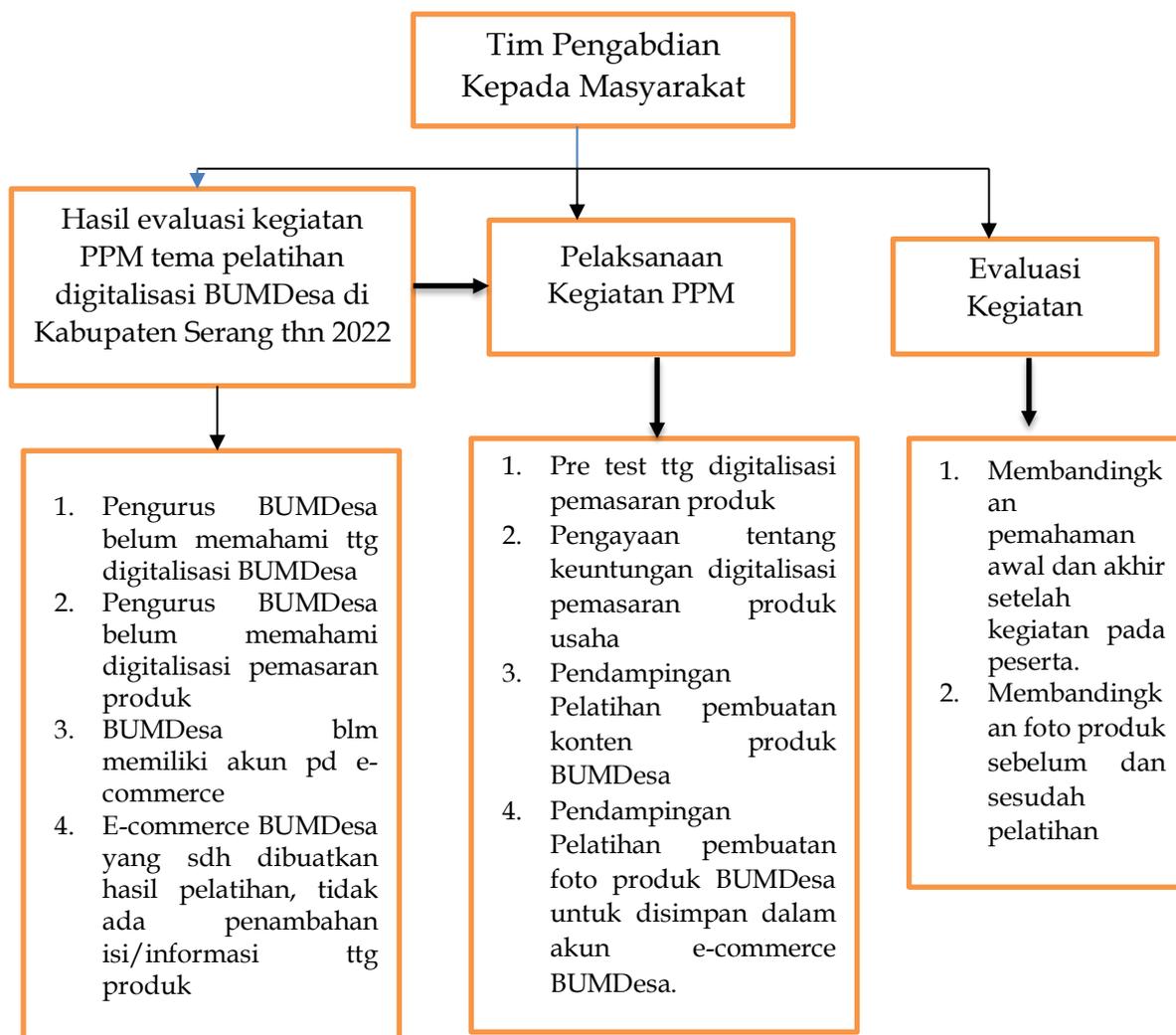
Sumber : website Desa Sindangheula yang menampilkan produk unggulan dan cara pemasaran yang dilakukan, 2023

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dibutuhkan upaya pendampingan pelatihan kepada pengurus BUMDes dan UMKM di Kabupaten Serang agar memiliki kemampuan dalam melakukan *product photography* dengan menggunakan alat-alat sederhana yang dimiliki dan tersedia di sekitar rumah atau organisasi dan pembuatan konten produk yang akan diunggah pada laman marketplace.

Pelatihan foto produk pada pengelola BUMDes juga dilakukan pada BUMDes Amanah Compong dengan produk utama Gula Jahe, dimana pemasaran secara konvensional dengan menitipkan pada beberapa warung warga lokal sehingga penjualan produk masih sedikit (Ferdiansyah & Said, 2022). Selain itu (Prabowo et al., 2022) memberikan pelatihan kepada pengelola BUMDes Praja Dopleng yang bergerak di bidang pariwisata berupa kemampuan pembuatan konten untuk kegiatan promosi online dalam rangka melakukan digital marketing di BUMDes Usaha Praja Dopleng

Method/Metode

Metode pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan saat ini merupakan tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya dimana pada pertama dilakukan sosialisasi dan pelatihan pembuatan *e-commerce* dan digital marketing pada BUMDesa di Kabupaten Serang sebanyak 8 BUMDesa dengan total peserta 16 orang dari pengurus BUMDesa. Hasil evaluasi kegiatan tahun lalu, menjadi dasar dilakukan pengabdian saat ini dalam bentuk pendampingan pelatihan pembuatan konten dan fotografi digital marketing. Narasumber pelatihan merupakan dosen yang membidangi fotografi dan media massa.



Hasil dan Diskusi

Kegiatan pendampingan pelatihan pembuatan konten dan foto produk BUMDesa di Kabupaten Serang diselenggarakan di Desa Sindangheula. Desa Sindangheula secara geografis berbatasan dengan Desa Cisalam dan Desa Sindangsari. Desa Sindangheula memiliki keistimewaan tersendiri karena dengan dibangunnya Waduk Sindangheula yang diresmikan oleh Presiden RI Joko Widodo Pada Tahun 2021. Memiliki luas wilayah 650 Hektar, sebagian besar wilayah merupakan daerah pertanian/sawah seluas 127 Ha.

Menjadi desa yang berdekatan dengan gedung kampus terpadu Universitas Sultan Ageng Tirtayasa mendorong pertumbuhan penduduk meningkat pesat. Tercatat 5.917 orang penduduk dengan 3.047 berjenis kelamin laki-laki dan 2.870 orang berjenis kelamin perempuan. Akan tetapi, dari tingkat pendidikan, masyarakat Desa Sindangheula mayoritas baru menempuh pendidikan dasar 12 tahun (SMA) sebanyak 591 orang, SLTP 752 orang. Sementara itu, dari segi mata pencaharian penduduk, 1.257 orang bekerja sebagai karyawan swasta, 907 menjadi buruh tani, sebagai pedagang sebanyak 1.257 orang.

Kegiatan pendampingan pelatihan pembuatan konten dan foto produk BUMDesa di Kabupaten Serang diselenggarakan di Aula Desa Sindangheula pada hari Rabu Tanggal 5 Juli 2023. Peserta pelatihan sebanyak 8 orang perwakilan dari BUMDesa Pamarayan, BUMDesa Sindangheula, BUMDesa Situterate dan UMKM lokal. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi disampaikan oleh tenaga pengajar (dosen) ilmu komunikasi dengan kepakaran pada bidang digital marketing untuk memperkuat pemahaman peserta tentang digital marketing dan langkah-langkah dalam mengelola akun BUMDesa dan UMKM yang sudah dibuat pada marketplace. Dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab dengan peserta dimana dari respon peserta diketahui kendala yang dihadapi dalam pemasaran digital adalah akun pada marketplace yang sudah dimiliki, tidak aktif dan tidak menambahkan isian/deksripsi baru pada akun tersebut dikarenakan tidak adanya sumber daya untuk secara kontinu memposting produk dan memberikan ulasan-ulasan terkait produk.

Kegiatan selanjutnya berupa pelatihan oleh dosen ilmu komunikasi kepakaran fotografi dimana tahap pertama, peserta diajak berpartisipasi aktif menunjukkan kemampuan dalam membidik sebuah obyek/benda untuk kemudian diberi tanggapan oleh pemateri. Tahap kedua, dilakukan pengayaan keilmuan terkait fotografi, teknik-teknik pengambilan foto di luar dan di dalam ruangan serta pencahayaan yang berpengaruh terhadap hasil foto. Dan tahap ketiga, peserta diminta untuk mempraktikkan hasil pelatihan tersebut dengan mengambil foto pada obyek yang sama untuk kemudian membandingkan hasilnya.

Berikut dokumentasi hasil pendampingan pelatihan
Sebelum pelatihan





Setelah pelatihan





Kesimpulan

Dari hasil kegiatan pendampingan pelatihan pembuatan konten dan foto produk BUMDes dan UMKM di Kabupaten Serang disimpulkan peningkatan jumlah penjualan sebuah produk sangat dipengaruhi oleh tampilan produk baik berupa foto maupun video serta konten (isi) yang menjelaskan produk tersebut dengan bahasa *caption* atau *call for action* mengajak masyarakat/konsumen untuk membeli produk tersebut

Ucapan Terimakasih

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terselenggarakan atas pendanaan Hibah PPM Internal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan kesediaan Kepala Desa Sindangheula untuk memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan pada aula desa.

Referensi

- Allyreza, R., Yusuf, M., & W, A. S. (2022). Pelatihan Digitalisasi Badan Usaha Milik Desa di Kabupaten Serang. *Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 61-72. <https://doi.org/10.31506/komunitas:jpkm.v2i2.16893>
- Christy, Y., Dewi, N. L., & Maranatha, U. K. (2021). *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Cianjur Jawa Barat*. 7(1), 175-182.
- Ferdiansyah, H., & Said, S. (2022). PENINGKATAN KAPASITAS PENGURUS BUMDES DALAM MELAKUKAN PRODUCT PHOTOGRAPHY. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(5), 8-9.

- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., & Hutabarat, B. F. (2022). Pembuatan Konten dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Kecamatan Danau Teluk. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 314-326. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i2.3237>
- Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Boelan, E. G., Baunsele, A., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Badan Usaha Milik Desa. *Bakti ...*, 06, 77-84. <http://jurnal.unimor.ac.id/index.php/BC/article/view/3940><http://jurnal.unimor.ac.id/index.php/BC/article/download/3940/1295>
- Parwoto, Widadi, S., & Mukti, G. H. (2022). Digital Marketing Untuk Optimalisasi Promosi Bumdes. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 1319-1327. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.903>
- Prabowo, H., Senowarsito, Prabowo, A., & Indriasari, I. (2022). Pembuatan Konten Marketing Produk BUMDES Untuk Peningkatan Minat Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(4), 583-588.
- Rukmana, N. S., Umar, N. F., Aina, A. N., & Darmayanti, D. P. (2023). Tantangan dan Peluang dalam Digitalisasi Badan Usaha Milik Desa. *Ruang Komunitas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(April), 42-48.