

Pelatihan Pembuatan Konten Marketing di BUMDES Mitra Usaha Sejahtera Desa Cikakak

Viviana Mayasari*, Muhammad Taufiq, dan Sofiatul Khotimah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Banyumas, Indonesia
E-mail : viviana.mayasari@unsoed.ac.id

Abstrak

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh BUMDes Mitra Usaha Sejahtera adalah keterbatasan ketrampilan pembuatan konten untuk promosi, sehingga mitra belum maksimal memanfaatkan digital marketing untuk membantu promosi usaha yang ada di BUMDes. Tujuan diadakannya kegiatan pelatihan ini bagi pengelola BUMDes adalah untuk membantu pengelola BUMDes Mitra Usaha Sejahtera supaya bisa membuat konten marketing yang berguna untuk mempromosikan unit usaha BUMDes khususnya unit usaha yang berkaitan dengan wisata. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan pengelola BUMDes mampu memaksimalkan digital marketing untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yaitu dengan metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan yang diberikan dengan memberikan materi mengenai konten marketing dan pendampingan yang dilakukan dengan tahapan yaitu perencanaan, pembuatan dan evaluasi konten marketing. Hasil dari program pelatihan dan pendampingan ini adalah progres kemajuan kemampuan pengelola BUMDes dalam membuat konten marketing. Tingkat keberhasilan dalam program ini dengan membandingkan kondisi awal sebelum dilakukan program dan kondisi akhir setelah dilakukan program pelatihan pembuatan konten marketing di BUMDes Mitra Usaha Sejahtera Desa Cikakak.

Kata kunci: Pelatihan, Konten Marketing, BUMDes Mitra Usaha Sejahtera

Abstract

Marketing Content Creation Training at BUMDES Mitra Usaha Sejahtera Cikakak Village. One of the challenges faced by BUMDes Mitra Usaha Sejahtera is the limited skills in creating promotional content, which has resulted in the suboptimal use of digital marketing to support the promotion of existing businesses within BUMDes. The purpose of this training activity for BUMDes managers is to assist the management of BUMDes Mitra Usaha Sejahtera in creating marketing content that can effectively promote the business units of BUMDes, particularly those related to tourism. This training aims to enable BUMDes managers to maximize digital marketing to reach a wider market. The approach taken to address the partner's challenges involves training and mentoring methods. The training includes delivering materials on content marketing, while the mentoring process consists of several stages: planning, creating, and evaluating marketing content. The outcomes of this training and mentoring program show progress in the skills of BUMDes managers in creating marketing content. The success of this program is measured by comparing the initial conditions before the program implementation and the final conditions after the marketing content creation training was conducted at BUMDes Mitra Usaha Sejahtera in Cikakak Village.

Keywords: Training, Content Marketing, BUMDes Mitra Usaha Sejahtera

1. PENDAHULUAN

Pada era saat ini, teknologi merupakan hal yang menjadi prioritas utama dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam memasarkan dan menyebarkan informasi pemasaran yang berbasis digitalisasi. PP No. 72 tahun 2005 pasal 78 yang menyatakan bahwa Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan badan usaha yang dibentuk dalam rangka meningkatkan pendapatan asli desa. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan suatu badan usaha desa yang dibentuk dan dikelola oleh masyarakat dan

didukung oleh pemerintah desa untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, serta potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk meningkatkan perekonomian daerah dan mencapai kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa. Salah satu tantangan utama yang sering dihadapi oleh BUMDes adalah pengelolaan promosi usaha yang belum maksimal, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital.

Di era digital seperti saat ini, kemampuan untuk memanfaatkan *digital marketing* menjadi kebutuhan mendesak bagi setiap pelaku usaha, termasuk BUMDes. *Digital marketing* memberikan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau. Namun, kurangnya keterampilan dalam membuat konten promosi yang sesuai dengan karakteristik pasar menjadi hambatan utama bagi pengelola BUMDes Mitra Usaha Sejahtera. BUMDes Mitra Usaha Sejahtera Desa Cikakak, sebagai salah satu BUMDes yang memiliki beberapa unit usaha, termasuk usaha di bidang pariwisata, menghadapi kendala dalam pembuatan konten marketing yang menarik dan efektif untuk mempromosikan unit-unit usahanya.

BUMDes yang dikelola oleh masyarakat lokal dan pemerintah desa memiliki tujuan untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, potensi sumber daya alam dan manusia dengan memanfaatkan kelebihan dan karakter dari desa tersebut untuk bisa menarik wisatawan sehingga dapat menjadikan nilai tambah untuk desa tersebut dan kembali untuk menjadikan masyarakat sejahtera. Dalam hal ini tim melakukan pengabdian pada BUMDes Mitra Usaha Sejahtera yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Desa yang ada di Desa Cikakak, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas. BUMDes Mitra Usaha Sejahtera mempunyai 7 bidang usaha berupa unit-unit yang dikelola oleh pengurus dan masyarakat. BUMDes Mitra Usaha Sejahtera sudah mempunyai legalitas usaha sesuai KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) bentuk usahanya seperti *Banking* (simpan pinjam), *Trading* (pengelolaan pasar desa, dan retribusi), *Holdering* Wisata (Saka Tunggal, Antap, dan Embung), *Renting* (Penyewaan tenda *event*, *sound system* dan rumah balon), *Serving* (Samsat Budiman dan Bank Jateng), Kontraktor (sub material), *Brokering*.

Desa Wisata Cikakak merupakan destinasi yang kaya akan keindahan alam dan sumber daya lokal, dengan berbagai potensi yang menjanjikan. Hal ini mendorong BUMDes Mitra Usaha Sejahtera untuk memanfaatkan wilayah sekitar sebagai pusat wisata. Meskipun Desa Cikakak telah dikenal sebagai desa wisata di Kabupaten Banyumas, keberadaannya belum mendapat perhatian luas di luar masyarakat lokal. Berdasarkan analisis kebutuhan, permasalahan utama yang dihadapi adalah minimnya pemanfaatan teknologi berbasis digital, khususnya dalam pemasaran. Meskipun terdapat beberapa unit usaha yang memiliki peluang besar untuk berkembang, penyebaran informasi terkait keberadaan dan potensi wisata masih terbatas.

Hingga saat ini informasi tersebut hanya diketahui oleh masyarakat lokal sehingga pengunjung juga didominasi oleh sekitar, sementara masyarakat luas belum mengetahui adanya potensi wisata di Desa Cikakak. Selain itu, pemasaran digital belum dimanfaatkan secara optimal. Kegiatan pemasaran pada era digitalisasi dapat dilakukan dengan membuat konten marketing (Heri et al., 2021). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan stimulus kepada masyarakat dan pengelola BUMDes tentang pentingnya teknologi dan pembuatan konten pemasaran digital. Diharapkan, ini dapat menjadi langkah awal dalam menyebarluaskan informasi dan promosi wisata serta unit usaha yang ada di BUMDes, sehingga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas secara efektif. Salah satu kegiatan promosi pemasaran yang paling efektif yaitu melalui konten-konten video inovatif yang dapat digunakan untuk *story* dan *reels* pada unggahan media sosial.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif dan pengabdian. Dimana Metode deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena dengan cara melakukan analisis suatu keadaan subjek dan objek penelitian yang bisa berupa individu, lembaga, masyarakat, atau entitas lainnya, berdasarkan data dan fakta yang terbaru saat ini untuk mengetahui output dari penelitian tersebut. Dalam hal ini objek penelitian ini adalah BUMDes Mitra Usaha Sejahtera Desa Cikakak dengan fokus pada penguatan Pemasaran *Digital* dengan Konten *Marketing* BUMDes.

Data kegiatan didapatkan dari arsip berkas yang ada di BUMDes dan observasi langsung pada BUMDes tersebut pada saat melakukan pendampingan. Pendekatan dengan pengabdian dilakukan dengan berkoordinasi dengan mitra binaan yang secara aktif dalam berpartisipasi pada kegiatan yang sudah direncanakan dalam setiap tahapan dan melakukan praktik langsung (Heri et al., 2021).

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di BUMDes Mitra Usaha Sejahtera dari bulan Juli sampai dengan Agustus 2024. Kegiatan pengabdian terdiri dari dua tahapan yaitu pendampingan dan pelatihan. Pendampingan dan pelatihan dalam membuat konten marketing mempunyai tujuan agar pengelola BUMDes mempunyai kompetensi pengetahuan dan ketrampilan digitalisasi sistem laporan akuntansi keuangan mempunyai tujuan agar pengelola BUMDes memiliki pengetahuan dan keterampilan digitalisasi terutama mengenai *branding* dengan membuat konten promosi dan bentuk lainnya.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten promosi pemasaran dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

1. Observasi dan koordinasi awal dengan pihak pengelola BUMDes
2. Analisis kebutuhan pembuatan konten
3. Pendampingan dan pelatihan pembuatan konten promosi salah satu unit BUMDes
4. Mentoring dari hasil konten-konten promosi
5. Evaluasi FGD (*Focus Group Discussion*) sebagai bahan evaluasi

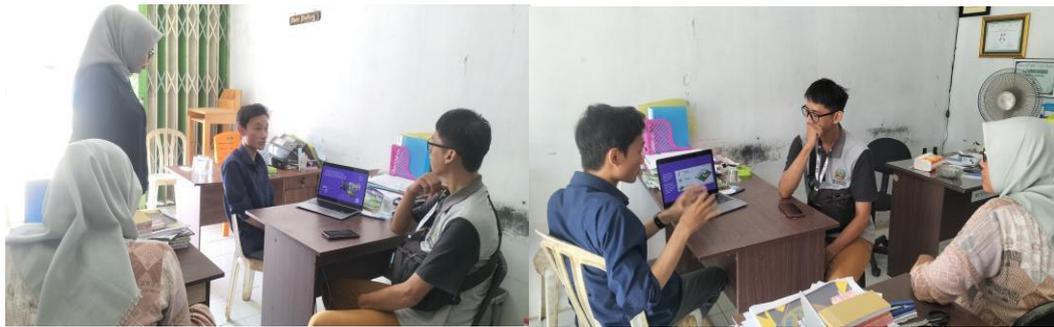
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis yang telah dilakukan oleh pengabdian dengan melakukan observasi untuk mengetahui kebutuhan dalam membuat konten promosi pemasaran BUMDes yang sebelumnya tidak masif dalam hal pemasaran secara online. Pembuatan konten dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang sebelumnya dapat mengedit foto dan video serta membuat pamflet promosi dengan capcut atau aplikasi editor lainnya sebelum di upload pada media masa. Peserta kegiatan merupakan seluruh pengelola BUMDes Mitra Usaha Sejahtera. Pada awalnya dimana semua diberikan edukasi materi tentang digital marketing dilanjutkan dengan pembuatan video untuk promosi di media sosial. Hasil ini dilakukan untuk menunjukkan bawah kegiatan akan pentingnya digital marketing dan pembuatan video yang tepat sasaran dan dengan strategi yang baik dapat digunakan untuk memikat daya tarik wisata untuk unit-unit yang ada di BUMDes tersebut.

Langkah yang dilakukan BUMDes untuk membuat konten *marketing* yaitu sebagai berikut :

a. Identifikasi kebutuhan dan tujuan

Identifikasi kebutuhan secara spesifik BUMDes terkait dengan strategi dalam pemasaran, aplikasi yang digunakan, keunggulan unit wisata BUMDes. Menentukan tujuan utama dari pemanfaatan teknologi dalam pemasaran digital dengan media sosial.



Gambar 1. *Transferring* kepada pengurus saat praktik pembuatan *website*



Gambar 2. Berkunjung ke unit usaha BUMDes



Gambar 3. Pelatihan langsung untuk mengambil foto konten

b. Analisis Infrastruktur Teknologi

Analisis infrastruktur teknologi yang ada di BUMDes Mitra Usaha Sejahtera, termasuk perangkat keras, perangkat lunak, dan konektivitas internet yang memadai. Mengidentifikasi teknologi baru yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan akuntansi digital melalui aplikasi, *server*, perangkat lunak akuntansi dan koneksi internet.

c. Pengembangan perangkat *editor* yang tepat

Dapat melakukan elaborasi dengan berbagai aplikasi khusus untuk edit foto dan video. Selain itu juga bagaimana cara mengoperasikan kamera dengan tepat. Dengan integrasi tersebut mempermudah dalam praktik langsung dalam pembuatannya. Selain itu juga harus menggunakan adopsi aplikasi yang *user friendly* sehingga semua pengelola bisa memahami dengan baik secara keseluruhan.

d. Pelatihan dan pengembangan SDM

Hal ini itu yang paling penting karena yang akan mengelola dari pihak BUMDes, mereka harus diberikan edukasi dengan cara mengikuti seminar atau pelatihan *digital marketing* agar mendapatkan *insight* baru akan inovasi yang harus diterapkan dalam membuat konten yang baik dan mengikuti perkembangan saat ini.

e. Implementasi dan Evaluasi

Melaksanakan implementasi secara langsung secara konsisten dan bertahap agar mengetahui regulasi apa yang perlu diperbaiki dan adaptasi berjalan dengan semestinya, selain itu juga bisa mengatasi kendala yang terjadi dan segera menemukan solusinya.

Kendala yang masih sering dihadapi adalah dimana kemampuan dan ketrampilan pengurus BUMDes dalam menggunakan teknologi digital yang masih terbatas. Selain itu juga ide-ide konten setiap harinya yang masih belum inovatif. Harapan kedepannya lebih banyak konten-konten yang dihasilkan dan bisa digunakan sebagai sarana penyebaran informasi pemasaran untuk menyebarkan kepada masyarakat seluruh daerah. Digital marketing melalui kegiatan promosi bertujuan untuk melakukan menyebarkan produk yang dihasilkan BUMDes yang diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan.

Pembuatan video diawali dengan penentuan topik, mengumpulkan materi dan editing akhir. Topik yang diambil disesuaikan dengan produk yang dimiliki. Selanjutnya mengumpulkan materi video dengan cara mencari koleksi video yang telah dimiliki dan mengambil video baru jika dirasa ada yang kurang untuk melengkapi video promosi BUMDes. Tahapan akhir dalam pembuatan video yaitu *editing*. Proses editing bertujuan untuk merapikan dan mengurutkan tayangan video yang sesuai dengan topik yang telah ditentukan sehingga diharapkan mampu menghibur dan mempengaruhi calon *customer* untuk bisa melakukan pembelian (Heri et al., 2021).

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Pengetahuan, Kemampuan, Ketrampilan dalam Membuat Konten *Marketing* Sebelum dan Sesudah Pendampingan

No	Aspek	Sebelum Program Pendampingan	Setelah Program Pendampingan	Perubahan
1	Tingkat Pengetahuan	Pengetahuan terbatas tentang digitalisasi	Pemahaman yang lebih baik tentang digitalisasi dan media sosial	Peningkatan signifikan
2	Kemampuan Membuat Konten	Kemampuan dalam hal membuat ide konten pemasaran yang rendah	Mampu membuat ide yang lebih inovatif akan konten yang dibuat	Peningkatan keterampilan
3	Penerapan Teknologi Digital Editing	Masih menggunakan media sosial yang editannya monoton	Hasil editan yang sudah bagus dan sesuai dengan konsep dasar dan menampilkan value unit wisata	Adaptasi teknologi meningkat
4	Tingkat jangkauan Informasi	Hanya masyarakat lokal yang mengetahui wisata tersebut	Mulai banyak pendatang baru wisatawan selain lokal yang datang	Meningkatkan branding

Tujuan dari adanya pelatihan dan pendampingan pembuatan konten marketing BUMDes Mitra Usaha Sejahtera adalah :

- a. Meningkatkan branding dari adanya usaha BUMDes Mitra Usaha Sejahtera dalam menginformasikan kepada masyarakat luas.
- b. Mengembangkan wisata lokal Desa Cikakak yang banyak akan potensi yang dimiliki.

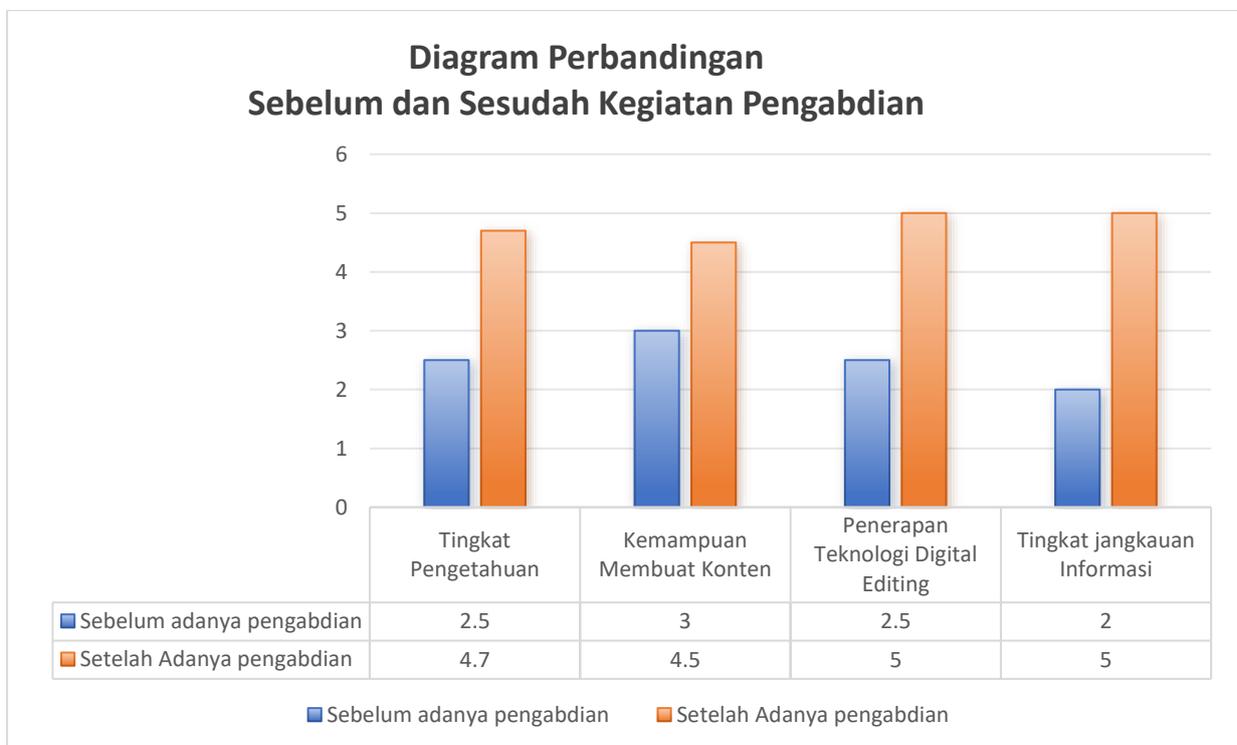
Menciptakan ekonomi lokal yang unggul dengan memanfaatkan teknologi digital, sehingga dapat menghasilkan nilai ekonomis dan bisa mempertahankan eksistensi sebagai “Desa Wisata”. Mendorong peningkatan kompetensi dan keterampilan pengelola BUMDes Mitra Usaha Sejahtera Desa Cikakak dalam membuat konten promosi yang menarik dan inovatif.

Tabel 1. menunjukkan bahwa program pengabdian pelatihan dan pendampingan dalam Pembuatan Konten Marketing dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemampuan dan ketrampilan digitalisasi pengurus serta bisa menjangkau banyak wisatawan yang datang ke unit-unit BUMDes.

Gambar 4. menunjukkan diagram perbandingan tingkat pengetahuan dan keterampilan pengelola BUMDes Mitra Usaha Sejahtera sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan pengabdian. Diagram tersebut menggambarkan peningkatan yang signifikan pada beberapa aspek, yaitu:

a. Tingkat Pengetahuan

Sebelum kegiatan pengabdian, tingkat pengetahuan pengelola berada pada angka 2,5. Setelah kegiatan dilakukan, angka tersebut meningkat menjadi 4,7. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan berhasil menambah wawasan pengelola terkait konten *marketing*.



Gambar 4. Hasil perbandingan sebelum dan sesudah adanya pelatihan dan pendampingan

b. Kemampuan Membuat Konten

Kemampuan pengelola dalam membuat konten juga mengalami peningkatan, dari skor 3 sebelum kegiatan pengabdian menjadi 4,5 setelah kegiatan. Pelatihan dan praktik langsung dalam membuat konten menjadi faktor utama peningkatan ini.

c. Penerapan Teknologi *Digital Editing*

Aspek penerapan teknologi *digital editing* menunjukkan peningkatan dari skor awal 2,5 menjadi 5. Hal ini mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan teknis pengelola menggunakan alat dan teknologi *editing* untuk mendukung pembuatan konten *marketing*.

d. Tingkat Jangkauan Informasi

Tingkat jangkauan informasi yang sebelumnya berada pada skor 2 meningkat pesat menjadi 5. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pengelola mampu memanfaatkan konten *marketing* untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui *digital platform*.

Secara keseluruhan, diagram ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memiliki dampak yang sangat positif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pengelola BUMDes dalam menggunakan *digital marketing* untuk mendukung promosi usaha.

4. SIMPULAN

Analisis kebutuhan akan digital marketing terutama dalam elaborasi adanya konten-konten marketing pada setiap BUMDes dalam menciptakan branding dan menarik minat wisatawan atas semua potensi yang dimilikinya. Keterbatasan yang ada membuat kekurangan dalam penyebaran akses informasi, kurangnya inovasi dan belum dapat mengikuti perubahan yang terbaru. Dengan adanya pengabdian ini dapat memberikan stimulus dalam meningkatkan potensi yang dimiliki masyarakat dan BUMDes dalam mengimplementasikan teknologi yang terintegrasi dan dapat memanfaatkan media sosial dengan baik. Sehingga dengan semua pelatihan dan pendampingan outputnya dapat meningkatkan pendapatan dari wisatawan yang datang dan berdampak besar untuk kemajuan BUMDes serta masyarakat Desa Cikakak.

DAFTAR REFERENSI

- Heri Prabowo, Efriyani dkk. (2021). Pembuatan Video Promosi Sebagai Strategi Digital Marketing Produk BUMDes (183-187)
- Taufik R. Talalu, Citra Indah (2021). Metode Utama Komunikasi Pemasaran Antraksi Wisata Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Jurnal Unida Vol.6 No.2 (53-59)
- Nuzul Imam Fadhilah, Saifudin dkk. Pelatihan Pembuatan Konten dan Promosi Produk Di BUMDes Sumber Rejeki Desa Karangkemojing. Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis. Vol 3 No 2 (142-152)
- Dedi Purwana. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Vol. 1, No. 1. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani

- Muntoha., Jamroni., & Tantria, H. 2015. Pemanfaatan Situs Web Sebagai Sarana Promosi Desa Songbanyu, Kecamatan Giri Subo, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* (4), 172-176.
- Irkhos, I., & Risdianto, E. (2022). Pelatihan Pengelolaan Website dan Konten Youtube Untuk Promosi Wisata Desa Rindu Hati Bengkulu Tengah. *DIKDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 11-20.
- Ismana Putra, V.A., Khabibah, U. Pengembangan Media Promosi Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UKM Counter HP Izzy Cell Mojokerto. *JAB (Jurnal Aplikasi Bisnis)*, 7(1)
- Marliana, R. R., Sejati, W., Nisa, W. A., Pujayanti, U., Sopian, R., & Noergana, W. 2022. Rancang Bangun Website Desa Citengah Untuk Pengembangan Promosi Potensi Desa. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(1), 193-197.