



Pembangunan Digitalisasi Bumdes Desa Mekarmulya Kecamatan Teluk Jambe Barat Kabupaten Karawang

Dimas Al Aziz Celsa¹, Lukmanul Hakim², Kariena Febriantini³

¹Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Universitas Singaperbangsa Karawang

^{2,3}Dosen Ilmu Pemerintahan Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 14 September 2022
Revised: 18 September 2022
Accepted: 24 September 2022

The purpose of this study was to determine whether the management of funds carried out at BUMDes in Mekarmulya Village, Telukjambe Barat District, Karawang Regency was still not sufficient to increase satisfaction with meeting the needs of the Mekarmulya community in particular. So the researchers used the type or qualitative research method at the Mekarmulya Village Office. Qualitative research can be interpreted as a series of activities or processes to collect data or information that is reasonable about a problem in terms of aspects, or fields of object, digitization according to the Minister of Villages, Development of Disadvantaged Regions and Transmigration (Mendes PDTT) Abdul Halim Iskandar said, digitalization the village economy is one of the main programs in village development efforts, therefore seeing the rapid development of technology, the BUMDes of Mekarmulya Village, Telukjambe Barat District, Karawang Regency must carry out digitalization development in trade using digital markets that are already circulating.

Keywords: digitalization development, digital market

(*) Corresponding Author:

How to Cite: Celsa, D., Hakim, L., & Febriantini, K. (2022). Pembangunan Digitalisasi Bumdes Desa Mekarmulya Kecamatan Teluk Jambe Barat Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(18), 154-164. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7134094>

PENDAHULUAN

Setiap organisasi termasuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) mempunyai visi, misi dan tujuannya masing-masing, tetapi karena sifat lingkungan organisasai mudah berubah (dinamis) maka diperlukan strategi atau rencana yang menyeluruh untuk merinci bagaimana tujuan organisasi dapat tetap tercapai meskipun dalam lingkungan yang tidak pasti. Strategi merupakan proses yang berkesinambungan dalam mengambil keputusan meskipun dipertimbangkan penting saat dibuat, tetapi mungkin sangat signifikan saat ini. Strategi dapat didefinisikan sebagai suatu arah dan tindakan atau rencana, termasuk didalamnya sumber daya tertentu yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan BUMDes. Kemudian, keberhasilan Badan Usaha Milik Desa sangat ditentukan oleh strategi yang diambil oleh pengurus BUMDes.

Era digitalisasi saat ini yang dibutuhkan adalah keterampilan yang berlainan bila dibandingkan dengan era sebelumnya. Kompetensi teknologi informasi menjadi sangat urgen dalam era saat ini. Diperlukan kolaborasi antara dunia akademik dengan industri untuk mengakselerasi realisasi Industri 4.0. Revolusi industri 4.0 diproyeksi akan memberi dampak negative secara ekonomi terutama bagi negara berkembang yang masih memiliki disparitas sosial ekonomi yang relatif tinggi. Untuk itulah aktualiasi maupun implementasi dari penggunaan teknologi informasi mutlak dilakukan. Revolusi industri juga akan memunculkan

ekonomi yang berbasis teknologi atau sering diistilahkan dengan sebutan digitalisasi ekonomi. Pelaku usaha harus mau dan berani mengejawantahkan sistem digital dalam menjalankan aktivitas usahanya mengingat banyak manfaat yang akan didapatkan melalui pemanfaatan sistem digitalisasi ini diantaranya mampu mengakselerasi transformasi aktivitas usaha, ketepatan serta efisiensi dalam pertukaran informasi dalam kuantitas yang besar atau dengan kata lain pemanfaatan teknologi informasi merupakan salah satu strategi yang mampu meningkatkan daya saing usaha bisnis. (Sanjaya, et.,al, 2020).

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital, pada sektor riil tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Trend pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Digital marketing merupakan kombinasi pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. (Sanjaya, el.,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). 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. Terkait dengan ketiga pilar yang dibutuhkan dalam pengembangan BUMDes tersebut, maka digitalisasi keuangan dan marketing bagi BUMDes sangatlah urgent dan mendesak untuk dilakukan mengingat BUMDes mempunyai peran yang sangat strategis bagi perputaran roda perekonomian di Desa itu sendiri.

Menurut PP 11 tahun 2021 tentang BUM Desa merupakan aturan pelaksanaan UU 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa melaksanakan Ketentuan Pasal 117 dan Pasal 185 huruf b Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Badan Usaha Milik Desa. Bumdes yang selama ini kita kenal dalam aturan Perundang-undangan disebut dengan BUM Desa. Badan Usaha Milik Desa dalam ketentuan umum PP 11 tahun 2021 tentang BUM Desa atau BUMDES adalah badan hukum yang didirikan oleh desa dan/atau bersama desa-desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan

jasa pelayanan, dan/atau menyediakan jenis usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. Badan Usaha Milik Desa terdiri atas BUM Desa dan BUM Desa bersama. PP 11 tahun 2021 tentang BUM Desa menyebutkan Badan Usaha Milik Desa memiliki tujuan untuk :

1. Melakukan kegiatan usaha ekonomi melalui pengelolaan usaha, serta pengembangan investasi dan produktivitas perekonomian, dan potensi Desa;
2. Melakukan kegiatan pelayanan umum melalui penyediaan barang dan/atau jasa serta pemenuhan kebutuhan umum masyarakat Desa, dan mengelola lumbung pangan Desa;
3. Memperoleh keuntungan atau laba bersih bagi peningkatan pendapatan asli Desa serta mengembangkan sebesar-besarnya manfaat atas sumber daya ekonomi masyarakat Desa;
4. Pemanfaatan Aset Desa guna menciptakan nilai tambah atas Aset Desa; dan
5. Mengembangkan ekosistem ekonomi digital di Desa.

Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa ditetapkan Presiden Joko Widodo pada tanggal 2 Februari 2021 di Jakarta. Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa diundangkan Menkumham Yasonna H Laoly di Jakarta pada tanggal 2 Februari 2021. Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa ditempatkan pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 21. Penjelasan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa ditempatkan pada Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6683.

Dalam mengimplementasikan Mekarmulya sebagai Desa Digital, setidaknya sudah ada 6 aplikasi yang digunakan yaitu, Sistem Informasi Desa (SID), Website desa dengan domain, Sistem Keuangan Desa (SISKEUDES), Pemetaan Digital, Aplikasi Leter C dan Aplikasi e-Commerce. Dalam pengelolaan website dan pelayanan informasi, Pemerintah Desa Karanganyar memberdayakan kelompok masyarakat yang ada yaitu Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Lentera. Akses internet juga diharapkan dapat mendorong Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam mempromosikan produk-produk lokalnya menggunakan saluran e-commerce atau market place. BUMDes dapat bekerja sama dengan startup lokal menggunakan internet of things (IoT) untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi aktivitas ekonomi. Pada gilirannya kesejahteraan masyarakat akan meningkat melalui inovasi digital.

Melihat kondisi yang terjadi di desa mekarmulya dalam hal yang sudah saya observasi terlihat tertinggal dalam mengembangkan perekonomian digital. Usaha yang dimiliki desa mekarmulya yaitu ; butik, penyewaan tenda, uang simpan pinjam, dan yang terbaru tambak ikan patin dari ke 4 usaha desa mekarmulya 1 usaha sudah tutup karena di rasa gagal dalam pengelolaan usaha tersebut. Pada tahun 2019 mahasiswa ilmu Pemerintahan pernah membuat kegiatan semi kkn dengan membawa mahasiswa semester 2 yang di lembagai oleh himpunan untuk membantu usaha desa mekarmulya dengan memberikan masukan mengenai penjualan online dalam berniaga karena dirasa untuk menjual barang atau jasa bisa melalui online bahkan e-commerce seperti tokopedia,shoope, dan lazada bisa memberi kesempatan untuk menjual lebih luas kepada konsumen yang berada di seluruh nusantara. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

(Zandri et al., 2018) terkait masih lemahnya pengembangan BUMDes yang disebabkan oleh masih minimnya kompetensi pengelola BUMDes, aspek pemasaran terlebih didalam menggunakan sistem pemasaran yang modern dan juga bila merujuk kepada kajian yang dilakukan oleh (Setyobakti, 2018), bahwasannya BUMDes bila terkelola oleh manajemen yang kapabel dan profesional maka akan mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan fenomena tentang pergeseran pasar tradisional yang akan digantikan oleh pasar moderen.

KAJIAN TEORITIS

Teori Manajemen Strategi

Manajemen strategi memiliki manfaat bagi perusahaan, apabila dalam perumusannya dilakukan secara tepat. Adapun peranan manajemen strategik yaitu perusahaan akan lebih mampu dan siap untuk beradaptasi pada perubahan-perubahan yang mungkin terjadi dimasa depan, dampak baiknya perusahaan akan tetap bisa dalam posisi unggul. Selain itu poin utama dari pelaksanaan manajemen strategik ini diharapkan dapat meminimalisir terjadinya masalah di era selanjutnya. Jika di pahami konsep dari manajemen strategik yaitu untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Yunus (2016: 18).

David (2011:6) menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu :

1. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi, yang mencakup mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

2. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Implementasi strategi adalah tahap selanjutnya sesudah perumusan strategi yang ditetapkan. Penerapan strategi ini memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

3. Evaluasi Strategi (*Strategy Evaluation*)

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Manajer sangat membutuhkan untuk tahu kapan strategi tertentu tidak bekerja dengan baik; Evaluasi strategi adalah alat utama untuk memperoleh informasi ini. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penilaian atau melakukan proses evaluasi.

Sedangkan menurut Niswah & Meirinawati (2015: 1) menjelaskan terdapat dua hal penting yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Manajemen Strategis terdiri dari tiga proses yaitu:

- A. Pembuatan strategi, yang meliputi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, mengidentifikasi peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan organisasi, pengembangan alternatif-alternatif dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi.
 - B. Penerapan strategi, meliputi sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan organisasi, memotivasi anggota, dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah diterapkan dapat diimplementasikan.
 - C. Evaluasi/kontrol strategi, mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh hasil-hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, termasuk mengukur kinerja individu dan perusahaan serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.
2. Manajemen Strategis, memfokuskan pada penyatuan/penggabungan aspek-aspek pemasaran, riset dan pengembangan keuangan/akutansi dan produksi operasional dari sebuah bisnis atau bidang.
 3. Dari definisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa pengertian manajemen strategis merupakan sebuah langkah atau usaha dalam merencanakan atau mengorganisasikan sesuatu yang bersifat strategis dengan mempertimbangkan berbagai hal termasuk faktor pendukung dan penghambat yang saling berkaitan untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu secara efektif dan maksimal.

Konsep Digital Marketing

Pengertian digital marketing dalam perspektif seorang pengusaha atau pebisnis lebih kepada sistem pemasaran dengan menggunakan media internet. Sudah pasti, di dalamnya termasuk mobile phone hingga beberapa situs jejaring sosial lainnya. Hanya saja, agar teknik ini lebih mengena kepada sasaran, seperti teknik promosi lebih dikesampingkan dan mengutamakan komunikasi. Menjalin hubungan secara personal dengan konsumen dengan cara mendengar keluhan atau saran akan membuat pelanggan lebih merasa dihargai. Yang pada akhirnya akan memberikan nilai tambah terhadap perkembangan bisnis terutama brand perusahaan. Terlihat sederhana namun sulit untuk dipastikan terlebih bagi mereka yang kurang memahami akan pengertian digital marketing sebenarnya. (Daengs, Achmad, Andi Farouq, 2016 : 287-293). Menurut Urban (2004:2) Digital Marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional.

Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti interactive marketing, one-to-one marketing, dan e-marketing. Erat kaitannya dengan digital marketing. Menurut Sanjaya, et., al. (2009:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, email, adwords, ataupun jejaring social. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet. Adapun teori dari Digital Marketing, adalah :

1. *Content Marketing* (Pemasaran Konten) Content Marketing adalah sebuah cara menjangkau hubungan dan mempertahankan pelanggan lewat konten-konten yang berbasis kepentingan pelanggan.
2. *Search Engine Marketing* (Teknik Pemasaran Produk) Search Engine Marketing adalah sebuah cara mencari informasi produk melalui search

engine atau mesin pencari dengan mengetikkan kata atau produk yang akan dibeli.

3. *Social Media Strategy* (Strategi Sosial Media) Social Media Strategy adalah sebuah cara memasarkan produk melalui media social, seperti blog, facebook, twitter, dan lain-lain.
4. Konsep Pull (Menarik) Merupakan konsep yang menjelaskan bahwa konsumenlah yang aktif dalam pencarian informasi ataupun lainnya mengenai produk yang ingin dibelinya tersebut
5. Konsep Push (Dorong) Merupakan konsep komunikasi yang dilakukan oleh pemasar kepada calon customer atau customer bisa melalui email, SMS atau RSS.

Digital Marketing juga dapat diartikan suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital juga mencakup banyak Teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Dengan adanya ketergantungan pemasaran tanpa internet membuat bidang pemasaran digital menggabungkan elemen utama lainnya seperti ponsel, SMS, menampilkan spanduk, dan digital luar. Pemasaran digital turut menggabungkan factor psikologis, humanis, antropologi, dan teknologi yang akan menjadi media baru dengan kapasitas besar, interaktif, dan multimedia. Hasil dari era baru berupa interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen. Pemasaran melalui digital sedang diperluas untuk mendukung pelayanan perusahaan dan keterlibatan dari konsumen. Digital Marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “interactivemarketing”, one-to-one marketing dan “e-marketing” erat kaitannya dengan “digital marketing”. Menurut Urban (2004:2).

Perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digemborkan dan sangat berpengaruh. Jadi mengapa para marketer diseluruh asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, Radio dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif, menurut (Heidrick & Struggless 2009:1). Dalam hal ini terdapat Indikator-indicator yang mempengaruhi digital marketing tersebut :

1. ROI (*Return on Investment*) dalam Bahasa Indonesia, ROI disebut juga laba atas investasi. Dari sekian banyak biaya yang dikeluarkan untuk sebuah kegiatan digital marketing, tentu harus mengetahui apakah kegiatan tersebut efektif atau tidak, memberi laba atau tidak bagi perusahaan.
2. *Value Exchange* (Nilai) menentukan value exchange disini maksudnya adalah value atau nilai apa yang nantinya akan kita berikan kepada customer kita dalam memasarkan produk. Tujuan untuk value yang baik sendiri adalah untuk menciptakan loyalitas customer sehingga dengan begitu customer akan menjadi bagian yang tidak lepas dari kesuksesan pemasaran digital.
3. *Objectives* (Objektif) objektif bisa dikatakan goal atau tujuan apa yang akan dikejar oleh seorang praktisi digital marketing dalam melakukan kegiatannya. Untuk strategi digital marketing sendiri itu tidak akan lepas dari objektif yang

dibuat, sehingga perlu adanya diskusi yang panjang mengenai objektif sebelum melaksanakan strategi pemasaran digital (Digital Marketing).

4. *Tactics and Evaluation* (Taktik dan Evaluasi) banyak teknik dan alat digital yang tersedia untuk mewujudkan target dalam pemasaran digital. Setiap taktik memiliki kekuatan-misalnya, akuisisi (mendapatkan pelanggan baru) mungkin terbaik didorong oleh iklan pencairan, sementara email adalah salah satu alat yang paling efektif untuk menjual lebih banyak produk untuk pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu setelah menentukan objektif maka penyesuaian terhadap taktik didasari oleh objektif dan value yang ingin dicapai.
5. *Ongoing Optimization* (Pengoptimalan berlangsung) Hal yang paling menarik dari pemasaran digital adalah sifatnya yang dinamis, fleksibel dan lincah.

Dari definisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa pengertian digital marketing adalah sesuatu sistem dagang modern dalam melakukan perniagaan tanpa bertemu penjual dalam melakukan transaksi.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2013:29), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Hakikat penelitian dapat dipahami dengan mempelajari berbagai aspek yang ada dalam mendorong dilakukannya penelitian. Penelitian ini menggunakan Kualitatif Deskriptif menurut H. Hadari Nawawi (1995:63), Metode Penelitian Deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain). Pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penemuan gejala-gejala itu berarti juga tidak sekedar menunjukkan distribusi, akan tetapi termasuk usaha menggemukakan hubungannya satu dengan yang lain di dalam aspek-aspek yang diselidiki itu. Setelah pengumpulan dan penyusunan data dilakukan analisa dan interpretasi tentang arti data itu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Desa Mekarmulya merupakan desa yang terletak di Kecamatan Teluk Jambe Barat, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Kecamatan Teluk Jambe Barat adalah salah satu Kecamatan dari 30 (tiga puluh) kecamatan yang ada di wilayah Kabupaten Karawang terletak di wilayah utara dari Pemerintah Kabupaten Karawang. Desa Mekarmulya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Teluk Jambe Barat. Jumlah Penduduk Desa Mekarmulya Jumlah Penduduk 3.916 Jiwa terdiri dari 1970 penduduk laki-laki dan sebanyak 1946 penduduk perempuan. Dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 1.246 dengan kepala keluarga laki-laki sebanyak 1.155 dan kepala keluarga perempuan 93. Mayoritas penduduk di Desa Mekarmulya berprofesi sebagai petani dan karyawan perusahaan swasta. Desa Mekarmulya memiliki luas wilayah 168 Ha dengan ketinggian dari permukaan laut kurang lebih 12 M suhu rata-rata maksimum 32 derajat celsius minimum 27 derajat celsius. Penelitian dilakukan di Desa Mekarmulya Kecamatan Teluk Jambe Barat dikarenakan proses kinerja dari BUMDes Mekarmulya yang dilakukan oleh Perangkat desa dinilai sudah belum

mampu melakukan digitalisasi dalam tubuh bumdes. Melihat dalam usaha yang di buat oleh Desa Mekarmulya yang mengalami kegagalan dalam pengelolaan usaha maka harus ada terobosan baru dalam mengoptimalkan usaha yang ada di desa mekarmulya.

BUMDes di desa Mekarmulya diberi nama Trimekar berdiri sejak tahun 2015. Saat ini BUMDes Trimekar dikomandoi oleh Bapak Rohidi. Usaha pertama yang disediakan oleh BUMDes Trimekar adalah penyewaan tenda acara yang sampai saat ini berjalan dengan baik. Kemudian, Pada tahun 2017, BUMDes Trimekar pernah membuat usaha Toko Butik Pakaian, namun usaha ini tidak berjalan dengan lancar dan hanya bertahan satu tahun, karena berbagai macam kendala. Salah satu kendalanya adalah perputaran anggaran yang diberikan oleh Pemerintah Desa, kemudian Sumber daya manusia yang kurang mampu mengemban bidang itu. Pada tahun 2019, BUMDes Trimekar mengadakan program Simpan Pinjam untuk warga Mekarmulya dengan dilatarbelakangi adanya Bank Emok yang meresahkan warga dan melanggar norma agama. Di tahun yang sama, BUMDes Trimekar mencoba untuk membudi dayakan Ikan Patin yang kemudian diolah menjadi makanan khas Mekarmulya dan membina masyarakat untuk mengembangkan usaha tersebut sampai saat ini.

Faktor penghambat

Termasuk terhadap pengelolaan BUMDes sendiri yang masih ada yang dilakukan langsung ke Kantor Desa. Akan tetapi, pengelolaan BUMDes Trimekar yang berada di Desa Mekarmulya ini belum mampu menerapkan pelayanan yang berbasis digital teknologi, dikarenakan membutuhkan anggaran awal yang cukup besar dan melaksanakan tata kelola sumber daya manusia di BUMDes itu sendiri.

“Di masa pandemic, kami dari BUMDes merasa sangat kewalahan. Sampai-sampai pengelolaan BUMDes ini semenjak lockdown mengalami penurunan. Akan tetapi proyeksi Simpan Pinjam yang disediakan BUMDes justru meningkat, namun dengan jumlah peminjam yang terbatas” (Wawancara Direktur BUMDes, pada hari Sabtu, 27 Maret 2021)

Di masa ini pula, banyak badan usaha swasta yang mengadu pada Pemerintah Desa Mekarmulya yang merasa kerugian karena ada produk atau jasa usaha yang sama. karena BUMDes mengelola Produk dan jasanya di bawah harga pasar.

“sempat ada banyak pengaduan dan pengeluhan terhadap kehadiran BUMDes yang menjalankan penyewaan tenda. Di Mekarmulya ada warga yang memiliki penyewaan tenda, warga ini kemudian mengadu karena produk atau jasanya berkurang semenjak hadirnya BUMDes”

Dalam masa Pandemi, baik itu pemerintah desa maupun BUMDes sekalipun. Desa Mekarmulya kurang menyediakan ruang-ruang fasilitas pencegahan Covid-19. dengan berbagai problematika yang terjadi di Desa Mekarmulya. Yang masih berjalan lancar hanya di sector Simpan Pinjam yang bersinergi dengan Bank Mandiri.

“terkait digitalisasi pengelolaan yang dilakukan BUMDes Trimekar belum sampai ke ranah itu, karena desa yang lumayan

terpencil dari pusat pemerintahan daerah.” (Wawancara Direktur BUMDes, pada hari Sabtu, 27 Maret 2021)

Di era globalisasi seperti saat ini di mana teknologi informasi berkembang dengan pesat menuntut pemerintah desa untuk dapat beradaptasi dengan arus globalisasi saat ini. Globalisasi sendiri dapat menjadi tantangan sekaligus juga kesempatan bagi mereka yang dapat memanfaatkannya. Namun di Desa Mekarmulya terlebih BUMDes Trimekar masih belum dapat memanfaatkan teknologi yang ada pada era globalisasi saat ini dengan baik. Pemanfaatan teknologi informasi dapat membuat pelayanan terhadap masyarakat lebih optimal lagi. BUMDes sendiri belum memiliki website yang dapat diakses oleh masyarakat desa, bahkan website pemerintah desanya pun tidak ada sama sekali dan sangat sulit untuk mengakses berbagai informasi Desa Mekarmulya. BUMDes Trimekar yang di komandoi Bapak Rohidi hanya sampai pada pengelolaan melalui Whatsapp. Pengelolaannya pun tidak jarang diluar procedural BUMDes, karena menganggap asas kekeluargaan lah yang tertinggi ketimbang asas Profesionalitas.

“Terkait teknologi informasi untuk masyarakat kita belum ada, terkait BUMDes serta pengelolaan jalannya roda BUMDes itu kami menggunakan aplikasi Whatsapp sebagai komunikasi..” (Wawancara Direktur BUMDes Trimekar, pada hari Sabtu, 27 Maret 2021)

Dengan permasalahan-permasalahan yang ada di dalam maupun lingkungan pemerintahan desa tersebut, BUMDes harus mempunyai strategi agar tujuan peningkatan pengelolaan BUMDes yang sesuai yang diharapkan.

Dalam mengimplementasikan Mekarmulya sebagai Desa Digital, setidaknya sudah ada 6 aplikasi yang digunakan yaitu, Sistem Informasi Desa (SID), Website desa dengan domain, Sistem Keuangan Desa (SISKEUDES), Pemetaan Digital, Aplikasi Leter C dan Aplikasi e-Commerce. Dalam pengelolaan website dan pelayanan informasi, Pemerintah Desa Karanganyar memberdayakan kelompok masyarakat yang ada yaitu Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Lentera. Akses internet juga diharapkan dapat mendorong Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam mempromosikan produk-produk lokalnya menggunakan saluran e-commerce atau market place. BUMDes dapat bekerja sama dengan startup lokal menggunakan internet of things (IoT) untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi aktivitas ekonomi. Pada gilirannya kesejahteraan masyarakat akan meningkat melalui inovasi digital. Namun desa Mekarmulya masih belum mempunyai kesiapan dalam melakukan bumdes berdigitalisasi adapun dari keanggotaan yang masih kurang dalam memahami konsep digital untuk menopang ekonomi desa.

Faktor pendukung

Mengembangkan bisnis BUMDes untuk bertahan di tengah pandemi membutuhkan perhitungan bisnis secara matang. Hal-hal Realistis yang sangat cocok dilakukan ketika pandemi oleh BUMDes Trimekar adalah yang pertama Melakukan Kajian kelayakan Usaha BUMDes. Pengembangan aktivitas yang dilakukan BUMDes yaitu merupakan kajian kelayakan usaha yang dilaksanakan untuk mendirikan usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada. Dan

harus ada nya pemahaman mengenai digitalisasi karena di rasa banyak hal yang kurang memahami menggunakan digitalisasi untuk melakukan perekonomian berbasis digital Pemerintah Desa harus bisa beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

Maka melihat Indonesia adalah rising star di pasar e-commerce. Hal ini tidaklah mengherankan jika melihat dari jumlah pengguna internet di Indonesia, data terakhir menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, mengingat masih banyak daerah yang belum terhubung internet akan mendapatkan akses internet. Di Indonesia sendiri, internet digunakan tidak hanya untuk mencari informasi atau bermain media sosial, tetapi juga menjadikan internet sebagai salah satu sumber penghasilan. E-commerce merupakan salah satu proses virtualisasi dari perdagangan. Dimana proses virtualisasi itu sendiri merupakan proses transisi dari proses yang dilakukan secara konvensional yaitu proses dengan hubungan interaksi langsung antara dua orang atau lebih, kini beralih dilakukan secara online dan tanpa harus berinteraksi secara fisik. Contoh dari proses virtualisasi ini tidak hanya terjadi dari aspek perdagangan yaitu e-commerce, tetapi juga aspek lain seperti e-learning dan e-government.

Dengan Potensi ekonomi digital Indonesia terbilang besar. Berdasarkan data McKinsey, pada 2017 ada 30 juta pelanggan *e-commerce* dan setiap tahunnya bertambah hingga 50%. Dalam Untuk menunjang hal tersebut, Kemendes PDT dan Transmigrasi memiliki berbagai upaya, seperti:

1. Membentuk dan meningkatkan konektivitas internet kawasan pedesaan;
2. *Capacity building* berupa pelatihan teknis mengembangkan sarana dan prasarana digital/internet; dan
3. Memacu dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi digital melalui Bumdes bersama.

Berdasarkan data Google dan Temasek, pada 2019 nilai potensi e-commerce Indonesia paling tinggi dibanding negara-negara ASEAN lainnya. Maka menguntungkan bagi desa dalam melakukan penjualan berbagai macam olahan yang potensial di desa mekarmulya seperti mengembangkan ikan pantin yang di olahrag menjadi makanan kering seperti basreng ataupun berbentuk baso untuk bisa menjual di bermacam daerah di indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Digitalisasi BUMDes di Desa Mekarmulya, Kecamatan Teluk Jambe Barat, Kabupaten Karawang peneliti mengajukan kesimpulan : dalam Digitalisasi bumdes Trimekar masih jauh dalam kata layak untuk mengadakan Digitalisasi dengan mengacuk pada 6 aplikasi yang digunakan yaitu, Sistem Informasi Desa (SID), Website desa dengan domain, Sistem Keuangan Desa (SISKEUDES), Pemetaan Digital, Aplikasi Leter C dan Aplikasi e-Commerce tersebut bumdes Trimekar masih belum mempunyai fasilitas tersebut. Dan konsep digitalisasi masih belum bisa dipahami oleh pengurus bumdes di lihat dari sistem penjualan mereka yang masih menggunakan cara tradisional dalam perniagaan. Adapun pemerintahan Kabupaten Karawang masih kurang dalam memberikan pelatih digital ke aparatul

desa untuk mengupgrade aparatur di kondisi yang tidak mungkin melakukan kontak fisik.

SARAN

1. Pemerintahan Kabupaten Karawang harus mengadakan pelatihan khusus nya bumdes untuk menghadapi ekonomi digital
2. Bumdes Trimekar harus membuat inovasi dalam membuat suatu produk untuk mengembangkan desa mekarmulya
3. Pemerintahan Kabupaten Karawang harus menyiapkan penunjang digitalisasi Bumdes

DAFTAR PUSTAKA

Fred.R.David. 2011. *Strategic Management (Manajemen Strategi Konsep)*. Jakarta:Selemba Empat.

Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia

JURNAL/ARTIKEL:

Aulia Tafhana Arindhawati, Evy Rahman Utami. 2020. Dampak Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Pongkok, Tlogo, Ceper dan Manjungan Kabupaten Klaten). Vol. 4 No. 1, Hlm: 43-55, Juli 2020 Website: <http://journal.umy.ac.id/index.php/rab>

Irland Fardani, Gina Puspitasari Rochman, Lely Syiddatul Akliyah, Hani Burhanuddin. 2021. Digital Desa Di Desa Cikole Lembang. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/resona>

Harry Gunawan, Sofyan Muhlisin, Gunawan Ikhtiono. 2022. Analisis Pengelolaan BUMDes dan Dampaknya terhadap Kehidupan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Kasus BUMDes Ratu Kemuning Desa Cimanggis Bojonggede Bogor. Vol 5 No 1 (2022) 22-37 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490 DOI: 1047467/elmal.v5i1.619 22 | Volume 5 Nomor 1 2022.

Phany Ineke Putri, Shanty Oktavilia, Dwi Rahmayani, Prasetyo Ari Bowo, M.Nuur Fauzi. 2022. Pendampingan BUMDes Untung Makmur Di Desa Branjang Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemasaran Digital. E-ISSN 2798-3846 Volume 2 Nomor 1 Juni 2022.

Riris Eka Widayanti, Renny Oktafia. 2021. Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) "SUKSES BERSAMA" Desa Sugihwaras Kabupaten Sidoarjo. Volume 4 Nomor 1, Mei 2021 p-ISSN 2621-6833 e-ISSN 2621-7465.