

Pemanfaatan Teknologi Website Bumdes Terintegrasi Media Sosial Sebagai Peningkatan Sumber Informasi

Titis Wisnu Wijaya¹, Sakir², Moch. Iqbal³, dan Rinaldi⁴

1. Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

2. Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

3. Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Pendidikan Bahasa, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

4. Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: titiswisnuwijaya@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.44.892

Abstrak

BUMDes merupakan sumber kegiatan ekonomi desa yang berfungsi sebagai Lembaga sosial (social institution) dan komersial (commercial institution), begitupun dengan BUMDes yang dimiliki oleh desa Girirejo yang diberi nama BUMDes Mahanani. Tidak hanya mengelola produksi makanan lokal, BUMDes Mahanani juga mengelola tempat kuliner, penjualan ATK, dan fotokopi. Dalam menyampaikan informasi kepada khalayak masyarakat yang ada di desa Girirejo maupun luar daerah, Badan Usaha Milik Desa Mahanani masih menggunakan blog sehingga belum banyak mengetahui adanya kegiatan dan apa yang dikelola oleh BUMDes. Oleh karena itu, perlu disusun platform teknologi website untuk membantu menyebarluaskan produk lokal dan pelayanan yang dimiliki oleh BUMDes Mahanani. Kemajuan teknologi dan sumber daya manusia yang semakin piawai memainkan gawai mempermudah pemasaran dan berbagi informasi dengan menggunakan akses internet dan website sebagai platform-nya. Tim pengabdian merancang dan menyusun sistem informasi Badan Usaha Milik Desa Mahanani berbasis website serta integrasi media sosial menggunakan Application Programming Interface (API) sebagai peningkatan sumber informasi dengan domain www.bumdesmahanani.com. Program ini muncul dengan menyesuaikan kebutuhan yang diperlukan oleh BUMDes. Diawali dengan FGD perangkat desa dan pengurus BUMDes hingga sampai pada pelatihan admin website berjalan dengan baik dan lancar hingga pada launching website. Sebagai tolok ukur keberhasilan program pengabdian ini, tim pengabdian memberikan kuisioner untuk menilai kualitas platform website yang digunakan dengan persentase hasil sebesar 88% dari total sampel menilai bahwa pengembangan website terintegrasi sosial media dalam kriteria "Sangat Baik". Dengan kata lain, website BUMDes Mahanani dapat digunakan dan diakses oleh pengguna. Selain itu dengan adanya platform website, akan mempermudah akses informasi dan juga jual-beli secara online.

Kata Kunci: E-commerce, Integrated System, Teknologi Website

Pendahuluan

Pengadaan program Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki tujuan untuk membangun pedesaan yang dapat dicapai dengan pemberdayaan masyarakat dalam upaya meningkatkan produktivitas dan keanekaragaman usaha yang ada, terpenuhinya sarana dan fasilitas untuk mendukung peningkatan perekonomian desa, membangun dan memperkuat institusi yang mendukung produksi dan pemasaran, serta mengoptimalkan sumber daya manusia sebagai dasar pertumbuhan ekonomi desa. Pengembangan Badan Usaha Milik Desa oleh Pemerintah Desa Girirejo, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta menerapkan strategi organisasi dan ingin menerapkan strategi lainnya seperti strategi bisnis dan pemasaran. Upaya pengembangan usaha BUMDes Mahanani Desa Girirejo ini perlu dilakukan dengan memperbaiki pemasaran lokal dan memperluas pemasaran dengan memperbaiki kelemahan. Hal ini dapat ditunjukkan dari satu indikator utama, yaitu tidak adanya inovasi untuk meningkatkan pemasaran produk lokal. Hal ini terlihat bahwa produk lokal masih sangat bergantung pada sebuah kegiatan ataupun event tertentu dan tidak dapat diandalkan penghasilannya untuk memperbaiki

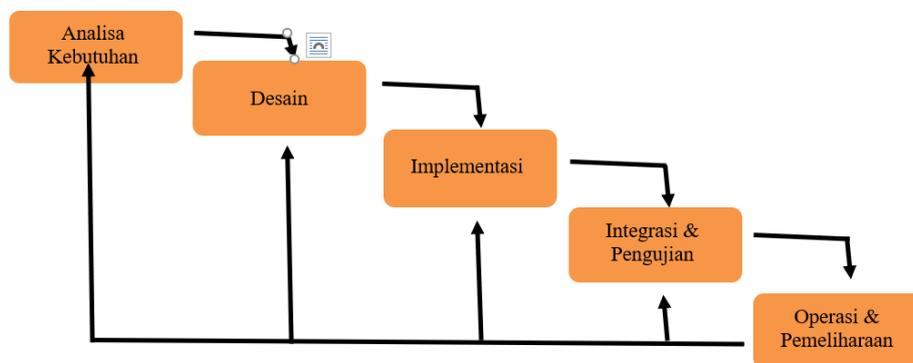
perekonomian warga. David Fred R. (2010) menyatakan manfaat manajemen strategi yaitu merumuskan strategi dalam sebuah organisasi dengan pendekatan terhadap pilihan strategi yang lebih sistematis, logis, dan rasional. Kemudian, penerapan implementasi strategi dimaknai sebagai realisasi dari strategi yang telah ditentukan, (Abdurrahman, 2015). Konsistensi menjadi faktor penting dalam penerapan sebuah strategi. Oleh karena itu, perlunya membangun struktur organisasi yang kuat, sistem yang memadahi, dan kemampuan pengelolaan. Sesuai dengan tujuan utama pendirian BUMDes, Wijaya (2018) menyatakan BUMDes merupakan pondasi perekonomian desa yang memiliki fungsi sebagai lembaga sosial (*social institution*) dan komersial (*commercial institution*). Dengan kontribusinya, BUMDes sebagai lembaga sosial yang mengedepankan kepentingan masyarakat dalam pelayanan **sosial dan juga** sebagai lembaga komersial memiliki tujuan untuk mencari dan mendapatkan keuntungan melalui *rule* sebagai produsen (barang dan jasa) kepada konsumen. Di era digital ini, pengetahuan tentang *digital marketing* menjadi sangat krusial bagi pelaku usaha. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran termasuk *branding* dengan menggunakan berbagai media seperti blog, website, e-mail, dan berbagai macam media sosial. Sanjaya, R & Josua Tarigan (2009) menyatakan empat manfaat *digital marketing* yaitu (1) kecepatan penyebaran, strategi pemasaran menggunakan media digital dilakukan dengan sangat cepat, (2) jangkauan yang luas, mengenalkan *brand* ke seluruh penjuru dengan memanfaatkan jaringan internet, (3) murah dan efektif, dan (4) membangun *branding*. **Oleh karena itu**, perlu adanya sebuah *platform* yang sebagai media *digital marketing*.

Dari hasil pasca observasi, tim pengabdian menemukan inti dari permasalahan yang ada yaitu pengelolaan dan pemasaran dibawah naungan BUMDes tidak maksimal karena terkendala waktu dan biaya produksi tentunya. Pola semacam ini dapat dikembangkan dan diefisienkan dengan memanfaatkan media pemasaran digital. Pengabdian melakukan analisis kebutuhan (*need analysis*) lebih mendalam sebelum melakukan langkah pasti. Analisis kebutuhan (*need analysis*) dilakukan dalam menentukan tujuan program dan produk yang akan dikembangkan dan mengidentifikasi kebutuhan prioritas yang perlu dipenuhi (Setyosari, 2010). Dari hasil analisa kebutuhan, terdapat dua hal penting yaitu (1) jaringan internet yang stabil dan (2) sumber daya manusia yang memadahi. Salah satu dari banyak media yang dapat digunakan dalam mengembangkan pemasaran adalah dengan menggunakan *platform* website. Wijaya, T. W. (2021) menyatakan bahwa website sebagai salah satu media pembelajaran dan pemasaran langsung (*direct learning and marketing*). Kelebihan dari pemasaran *online* yaitu memiliki akses informasi retrieval dan tidak ada pembatasan materi promosi dengan biaya relatif lebih murah. Di era digital, penggunaan website dan perangkat *mobile* mengalami peningkatan dengan berbagai kemudahan dari segi tampilan dan penyampaian informasi yang cepat, tepat, dan akurat. Tim pengabdian memiliki ide dan gagasan untuk mengembangkan *platform* website yang terintegrasi dengan media sosial sesuai dengan perkembangan teknologi menggunakan *Application Programming Interface* (API) sebagai media *digital marketing* yang efektif dan efisien. Menurut Adani (2017), ada tiga manfaat website dalam pemasaran digital. Pertama, sebagai sarana pemasaran melalui jaringan internet. Website memiliki jangkauan yang tak terbatas dengan informasi yang jelas sehingga pemesanan produk dapat diproses dengan mudah. Proses pembayaran dapat dilakukan secara *online* tanpa menggunakan metode konvensional. Kedua, mengenalkan *brand* produk. Website menjadi salah satu solusi terbaik dalam melakukan promosi skala besar. Ketiga, memudahkan pelaku usaha menjalin komunikasi dan kerja sama dengan

konsumen. Website memiliki fitur seperti kontak email, telepon, dan media sosial sehingga jika komunikasi dapat berjalan dan terjalin dengan baik, loyalitas konsumen pasti akan meningkat. Melalui *platform* website, pengelola dan pelanggan dapat berinteraksi kapanpun dan dimanapun. Selain itu, tim pengabdian akan menerapkan *Application Programming Interface* agar website menjadi semakin menarik dan mudah digunakan. Pasalnya API berperan sebagai perantara antar berbagai aplikasi berbeda, baik dalam satu *platform* yang sama ataupun lintas *platform*. Menurut Lawrence (2020), penggunaan API membuat pengembangan aplikasi menjadi lebih efisien. Dengan API, tim pengelola tidak perlu melakukan komunikasi dengan aplikasi lain untuk diintegrasikan. Sebagai gambaran, pengembangan website BUMDes Mahanani akan memasarkan produk lokalnya dengan skala nasional. Dengan menggunakan API, pengembang sistem hanya perlu melakukan integrasi dengan layanan *e-commerce* lainnya, sehingga tidak perlu lagi berkomunikasi secara langsung.

Metode Pelaksanaan

Seperti yang dikemukakan dalam hasil observasi tahap awal sebelum pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan, program pemanfaatan teknologi website BUMDes Mahanani terintegrasi media sosial sebagai peningkatan sumber informasi dilaksanakan di desa Girirejo, Imogiri, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Ada lima tahapan dalam mengembangkan website BUMDes Mahanani Girirejo ini dengan menggunakan metode *waterfall*. Model pengembangannya dapat di analogikan seperti air terjun. Model ini termasuk dalam pengembangan perangkat lunak yang fleksibel (Adani, 2020). Tahapan yang dikerjakan dengan berurutan mulai dari atas hingga ke bawah seperti yang dapat dilihat melalui bagan di bawah ini:



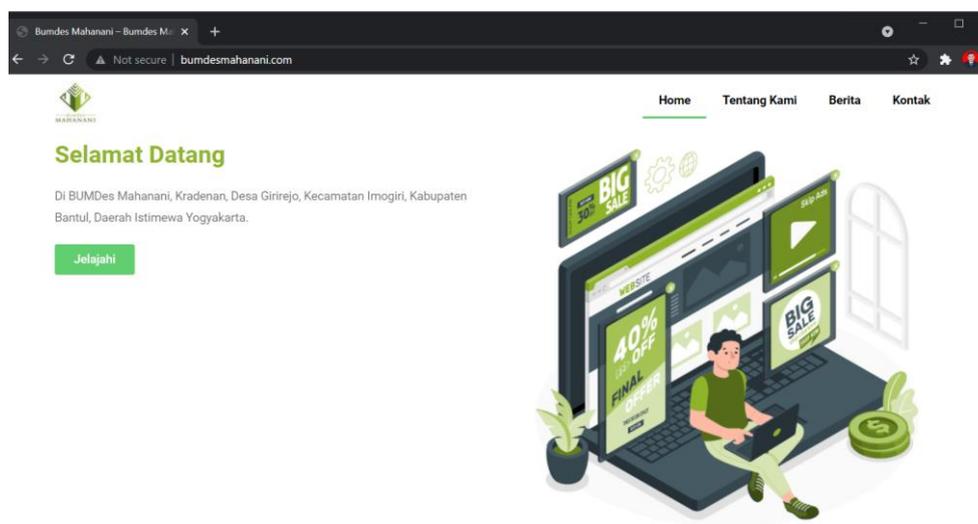
Gambar 1. Model Waterfall

Dengan merujuk pada analisis kebutuhan (*Need Analysis*) dan studi kelayakan (*feasibility study*), pemanfaatan website bergantung pada pengguna dalam menilai penggunaan *platform* website ini. Wijaya, T. W. (2021) menyatakan bahwa salah satu faktor penting dalam memilih sasaran untuk menyesuaikan pemenuhan kebutuhan teknologi yaitu sumber daya manusia yang memiliki kemampuan secara teknis dalam mengoperasikan teknologi baik perangkat keras maupun perangkat lunak. Dalam konteks pengabdian ini, optimalisasi penggunaan perangkat lunak yaitu *platform* website. Tim pengabdian melakukan survei dan mengumpulkan data primer melalui teknik wawancara dengan panduan penyebaran kuisioner terhadap pengguna internal website BUMDes Mahanani sebagai responden. Tim pengabdian menggunakan skala Likert untuk mengumpulkan data. Menurut McLeod, S.A, (2019), skala Likert memiliki kelebihan yaitu tidak mengharapkan jawaban

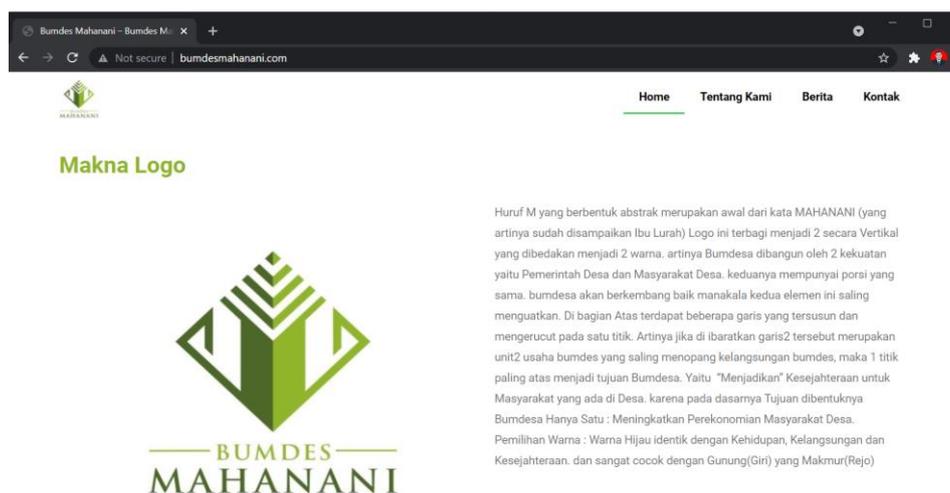
“Ya” atau “Tidak” yang sederhana dari responden, tetapi lebih memungkinkan adanya derajat opini, bahkan tidak ada opini sama sekali. Oleh karenanya, adanya data tersebut dapat dianalisis dengan relatif mudah.

Hasil dan Pembahasan

Website BUMDes Mahanani dapat di akses oleh khalayak umum. *Platform* webiste ini diberi nama domain www.bumdesmahanani.com. Pelaksanaan program berjalan efektif selama enam bulan lamanya. Pendampingan dilaksanakan secara langsung dan tidak langsung melalui *WhatsApp* grup maupun *Zoom Cloud Meetings*. Saat ini, informasi lengkap mengenai BUMDes Mahanani, produk olahan, dan produk lokal dapat dilihat dan dipesan melalui webiste ini secara langsung. Tentunya perbaikan demi perbaikan akan terus diupayakan demi kenyamanan pengguna dalam mengakses dan menggunakan webiste. Berikut gambaran lama website BUMDes Mahanani:



Gambar 2. Tampilan Halaman Depan Website



Gambar 3. Tampilan Profil Website

Aspek yang dinilai dalam program ini yaitu kualitas webiste BUMDes Mahanani. Penilaian responden dengan mengisi kuisioner dengan merujuk skala Likert (McLeod, 2019). Terdapat 20 responden yang sesuai dengan analisis kebutuhan yang memiliki kemampuan teknis mengoperasikan website BUMDes Mahanani. Metode analisis data pengabdian ini menggunakan skala likert. Untuk mendapatkan hasil, jumlah responden yang memilih pernyataan yang sama dari delapan pernyataan yang berbeda di dalam suatu kuisioner akan dijumlahkan secara vertikal (Nazir, 2005). Sehingga, hasil yang diperoleh pada pernyataan “sangat setuju” yaitu 54, kemudian pada pernyataan “setuju” yaitu 36, selanjutnya pada pernyataan “netral” yaitu 10, dan pada pernyataan “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” yaitu 0. Seperti yang dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Table 1. Jumlah Skor Total

Kategori	Skor Total
Sangat Setuju	54
Setuju	36
Netral	10
Tidak Setuju	0
Sangat Tidak Setuju	0

Adapun jumlah skor merupakan hasil dari jumlah di pernyataan yang sama dikalikan bobot skor dari skala Likert. Jumlah skor pada pernyataan “sangat setuju” adalah 270, pada pernyataan ‘setuju’ adalah 144, kemudian pada pernyataan “netral” yaitu 30, dan pada pernyataan “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” yaitu 0. Penentuan skor maksimal berdasarkan teori skala Likert adalah jumlah soal dikalikan dengan bobot skor tertinggi dalam skala sehingga 5 (soal) dikalikan 5 (bobot skor) yaitu 25. Selanjutnya menghitung skor yang diharapkan, yaitu skor maksimal dikalikan dengan jumlah responden yaitu 25 (skor maksimal) dikalikan 20 (jumlah responden) yaitu 500. Persentase skor pengujian kualitas website BUMDes Mahanani dapat dilihat seperti di bawah ini:

$$\begin{aligned}
 \Sigma skor_{pengujian} &= (\text{jumlah} \times \text{skor SS}) + (\text{jumlah} \times \text{skor S}) + (\text{jumlah} \times \text{skor N}) + (\text{jumlah} \times \text{skor TS}) + (\text{jumlah} \times \text{skor STS}) \\
 &= (54 \times 5) + (36 \times 4) + (10 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1) \\
 &= (270) + (144) + (30) + (0) + (0) \\
 &= 444
 \end{aligned}$$

Untuk menghitung nilai persen dari persentase kualitas website BUMDes Mahanani menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{\text{skor pengujian}}{\text{skor yang diharapkan}} \times 100\% \\
 &= \frac{444}{500} \times 100\% \\
 &= 88\%
 \end{aligned}$$

Menurut McLeod, S.A, 2019, kriteria kelayakan dari kedua hasil di atas dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 2. Kriteria Kualitas Website

Presentase Nilai Rata-Rata	Kriteria	Keterangan
80% - 100%	Sangat Baik	Sangat baik untuk digunakan
60% - 79,99%	Baik	Boleh digunakan setelah revisi kecil
40% - 59,99%	Cukup	Boleh digunakan setelah revisi besar
20% - 39,99%	Kurang	Tidak boleh digunakan
0% - 19,99%	Kurang Sekali	Tidak boleh digunakan

Sehingga dapat di buktikan berdasarkan data yang ada bahwa penilaian kualitas website BUMDes Mahanani ini dalam kriteria “Sangat Baik”.

Simpulan

Program pengabdian masyarakat skema KKN-PPM dengan tema pemanfaatan teknologi website BUMDes Mahanani terintegrasi media sosial sebagai peningkatan sumber informasi yang ada di desa Girirejo, Imogiri, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta telah terlaksana dengan baik. Berdasarkan hasil penilaian persentase kualitas website BUMDes Mahanani, yaitu 88 % menunjukkan bahwa persentase ini dalam kriteria “Sangat Baik” untuk dapat diimplementasikan secara umum. Tim pengabdian sangat berharap website ini dapat dioptimalkan sebagai *platform digital marketing* yang aktif dan sebagai peningkatan sumber informasi yang efektif dan inovatif sehingga dapat membantu mengembangkan perekonomian yang berdikari.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian memberikan apresiasi kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) selaku pemberi hibah dana pengabdian dengan nomor 546/PEN-LP3M/I/2021 yang telah mendukung sepenuhnya kegiatan ini. Kemudian kepada pihak pemerintah desa Girirejo, Imogiri, Daerah Istimewa Yogyakarta atas kesempatan yang diberikan untuk mengabdikan dan berkontribusi di bidang peningkatan kualitas pelayanan desa. Tak lupa ucapan terima kasih kepada anggota pengabdian yang dengan semangat tanpa pamrih ikut mengabdikan dengan menerapkan keilmuannya masing-masing.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N.H., 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Adani, Muhammad Robith. 2020. Tahapan Pengembangan Perangkat Lunak. Malang: PT. Sekawan Media.
- David. Freed R. 2010. Manajemen Strategis. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- McLeod, S. A. (2019, August 03). *Likert scale*. Simply Psychology.
- Nazir, M. 2005. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. (2009). Creative Digital Marketing. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Setyosari, Punaji. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana.
- Wijaya, David. 2018. *BUM Desa Badan Usaha Milik Desa*. Yogyakarta: Gava Media.
- Wijaya, T. W. (2021). PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN DAYA TARIK WISATAWAN MANCANEGARA. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Wijaya, T. W., Isnanda, R. G., & Nusaibah, N. (2021). IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN AL-QUR'AN MENGGUNAKAN FLIPPED LESSON DENGAN MENGEMBANGKAN WEBSITE LEARNING. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 3(11).

Internet Sources:

[https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/#Apa Itu Digital Marketing DM](https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/#Apa%20Itu%20Digital%20Marketing%20DM)

<https://www.sekawanmedia.co.id/media-marketing/>

<https://www.sekawanmedia.co.id/metode-waterfall/>