

Pendampingan Operasional Toko Online “Bumdes Mart Mulyoagung

Happy Febrina Hariyani^{a*}, Ida Nuraini^b

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang Jl. Raya Tlogomas No.246, Tlogomas, Indonesia

*Corresponding author: happyfebrina@umm.ac.id

Abstract

The purpose of mentoring activities for service partners, namely Bumdes Mart Mulyoagung in Mulyoagung village, Dau sub-district, Malang district, is to develop a shopping business unit by opening a shop on the Shopee marketplace. By opening a shop on the marketplace, it is hoped that it can increase store sales, which so far have experienced problems with delays in the delivery of goods and no increase in sales due to limited consumers, namely only those with shop business WhatsApp numbers. Village community products will also be able to reach a wider range of consumers by opening shops on the marketplace. Activities are carried out in stages starting from the preparation, implementation, and evaluation stages. The results of the activity were the formation of the Bumdes Mart Mulyoagung online store on the Shopee marketplace as well as online sales transactions. It is hoped that increased sales through the marketplace will increase shop profits so that they can be used for store operational costs, and the excess can provide input for Village Original Income.

Keywords:

Bumdes; Online Store; Marketplaces; Village Original Income.

Artikel Info

Article history:

Received 18/06/2023

Revised 16/06/2023

Accepted 01/07/2023

Available online 30/01/2024

Copyright (c) 2024

Happy Febrina Hariyani

This is an open access article and licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike4.0 International License



PENDAHULUAN

Perkembangan BUM Desa sangat menggembirakan dilihat dari jumlahnya, berdasar data dari Kemendesa pada tahun 2015 tercatat sebanyak 1.022 unit dan 40 unit diantaranya dapat meraih omzet antara Rp 300 juta hingga Rp 8 milyar per tahun (Desa, 2021). Tahun 2022 jumlah BUM Desa yang berbadan hukum sebanyak 7.902. Jumlah ini masih sekitar 10,55% saja jika dibanding dengan jumlah desa yang berjumlah 74.961 di Indonesia (Masyarakat, 2022). Jika sebagian besar BUM Desa yang sudah berbadan hukum tersebut dapat dikelola dengan baik serta mampu mampu mengembangkan usahanya seperti 40 BUM Desa di atas, maka dapat dipastikan perekonomian desa akan terangkat, tidak lagi ada kemiskinan di Desa dan ketimpangan pendapatan antara perkotaan dan perdesaan menjadi berkurang.

Banyak kendala yang dialami dalam pengembangan BUM Desa seperti Sumber Daya Manusia yang kurang memadai dan rendahnya kesadaran pengurus dalam menjaga dan mengembangkan usaha (Rahmadanik, 2018). Kendala lainnya adalah rendahnya partisipasi masyarakat terhadap program BUM Desa karena kurangnya pengetahuan, keterbatasan dana BUM Desa sehingga belum banyak berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat (Prasetyo, 2017). Belum berperannya BUM Desa dengan baik dalam perekonomian masyarakat disebabkan oleh kurangnya modal, sumber daya manusia yang kurang mumpuni dan rendahnya partisipasi masyarakat (Salihin, 2021). Sebagian besar dari beberapa penelitian menyimpulkan bahwa BUM Desa belum banyak berkontribusi dalam membantu masyarakat dan menumbuhkan perekonomian Desa. Memang ada beberapa BUM Desa yang telah mampu menghidupkan perekonomian masyarakat desa, namun sebagian besar masih banyak mengalami hambatan-hambatan. Untuk itu diperlukan program-program pendampingan untuk pemberdayaan BUM Desa agar dapat meningkatkan usaha dan kinerjanya sehingga dapat berperan di masyarakat khususnya dalam mempermudah masyarakat mendapatkan kebutuhannya dan layanan-layanan jasa lainnya serta membantu dalam menjual barang/jasa hasil produksi masyarakat dan pada akhirnya dapat berperan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Desa dan menumbuhkan perekonomian desa.

BUM Desa Mulyoagung yang berada di Desa Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang merupakan salah satu badan usaha milik pemerintah desa Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang yang dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. BUM Desa Mulyoagung sangat diperlukan bagi pemerintah desa karena dapat membantu masyarakat untuk menggali potensi kekayaan desa baik berupa sumberdaya alam maupun kekayaan dari hasil seni dan kreativitas masyarakat. Kehadiran BUM Desa Mulyoagung diharapkan dapat melayani dan mempermudah masyarakat dalam menyediakan kebutuhan-kebutuhan sehari-hari. Pendirian BUM Desa Mulyoagung juga dimaksudkan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa sehingga dapat membantu dalam pembiayaan pembangunan Desa. Sesuai Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 39 tahun 2010 Pasal 5 ayat (1) menyebutkan bahwa syarat pembentukan BUM Desa adalah: a. atas inisiatif pemerintah desa dan atau masyarakat berdasarkan musyawarah warga desa; b. adanya potensi usaha ekonomi masyarakat; c. sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terutama dalam pemenuhan kebutuhan pokok; d. tersedianya sumber daya desa yang belum dimanfaatkan secara optimal, terutama kekayaan desa; e. tersedianya sumber daya manusia yang mampu mengelola badan usaha sebagai aset penggerak perekonomian masyarakat desa; f. adanya unit-unit usaha masyarakat yang merupakan kegiatan ekonomi warga masyarakat yang dikelola secara parsial dan kurang terakomodasi; dan g. untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli desa (Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2010 Tentang Badan Usaha Milik Desa, 2010)

Ada empat unit usaha BUM Desa Mulyoagung diantaranya adalah: 1. Unit parkir, yaitu menyediakan tempat dan jasa parkir untuk kendaraan bermotor dengan memanfaatkan tanah milik desa. Dari unit usaha ini BUM Desa mendapat penghasilan berupa retribusi parkir. 2. Unit Usaha Pasar Minggu, yaitu menyediakan tempat dan stand bagi masyarakat yang akan menjual hasil produksinya di setiap hari Minggu pagi. Dari Kegiatan ini BUM Desa Mulyoagung

memperoleh pendapatan dari retribusi pasar. 3. Agen BNI 46, yaitu melayani pembayaran listrik, air, telepon, internet, PBB, buka tabungan, tarik tunai dan transfer. Dari unit usaha ini BUM Desa mendapatkan penghasilan berupa uang jasa. 4. Unit Pertokoan “Bumdes Mart Mulyoagung”. Bumdes Mart Mulyoagung merupakan toko online dengan menggunakan aplikasi whatsapp bisnis. Toko online ini baru dibentuk bulan Mei 2021 dan baru berjalan mulai bulan Agustus 2021. Bumdes Mart Mulyoagung menjual produk-produk hasil masyarakat sendiri dan produk-produk lainnya yang dibutuhkan masyarakat.

Salah satu faktor yang memicu pertumbuhan UMKM adalah adanya berbagai media promosi *online* (Setiawan et al., 2019) Meskipun dalam pelaksanaannya, toko online dengan system whatsapp bisnis ini banyak menemui permasalahan seperti keterlambatan pengiriman barang karena pengiriman dilakukan oleh 1 karyawan sehingga terjadi penumpukan antrian pengiriman barang yang berakibat keterlambatan pengiriman barang sampai ke konsumen atau ketika karyawan tidak masuk kerja maka pengiriman akan tertunda pada hari berikutnya. Permasalahan lain adalah kesulitan menentukan tarif ongkos kirim yang kadang-kadang konsumen menganggap terlalu mahal ongkos kirimnya. Permasalahan lain adalah ketika konsumen minta dikirim dengan pembayaran di tempat (*Cash On Delivery*) sementara pada saat barang sudah sampai tempat dan konsumen tidak ada di tempat mengakibatkan pengiriman harus diulang/dilakukan pada waktu lain baik di hari yang sama maupun di hari yang berbeda, hal demikian mengakibatkan peningkatan biaya pengiriman. Penjualan dengan system whatsapp bisnis yang digunakan selama ini memiliki keterbatasan pembeli karena pembeli hanya pada lingkungan internal atau masyarakat yang mengenal nomor whatsapp toko, sehingga penjualan toko sangat terbatas. Untuk menyelesaikan masalah tersebut maka diperlukan toko dengan menggunakan system online yang sudah bagus, teruji dan memudahkan baik penjual maupun pembeli. Untuk itu Bumdes Mart Mulyoagung perlu mendaftarkan tokonya di *market place*. Strategi pemasaran online dengan minat beli konsumen akan mempunyai hubungan yang sangat kuat, artinya strategi pemasaran online mampu meningkatkan minat pembeli (Jati & Yuliansyah, 2017). Selain itu, penerapan teknologi digital dalam bisnis memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Popa et al., 2018). Yannopoulos (2010) menemukan bahwa UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital dapat memperkuat pertumbuhan bisnisnya hingga 46% lebih tinggi dari kegiatan yang dijalankan secara konvensional.

Dengan menjual melalui *market place* diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembeli atau penjualan karena konsumen akan lebih luas jangkauannya, mempermudah administrasi keuangan dan tidak memerlukan tenaga pengiriman barang serta lebih cepat dan mudah. Untuk itu tujuan kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Melakukan pelatihan dan pendampingan tips memilih marketplace dan teknis pendaftaran pembuatan toko di marketplace.
2. Pelatihan teknis memfoto produk dan memberi deskripsi produk di marketplace.
3. Pelatihan dan pendampingan cara pengelolaan toko dan mengoperasikan marketplace.

Hal ini perlu dilakukan karena karyawan toko belum memiliki pengetahuan tentang marketplace mulai teknis memilih marketplace, pendaftaran hingga menjalankan toko di marketplace.

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian ini adalah artikel ilmiah yang diterbitkan di jurnal terakreditasi.

METODE PENERAPAN

Dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi Mitra (Bumdes Mart Mulyoagung) dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan

Pada tahap persiapan kegiatan yang dilakukan adalah koordinasi untuk kesepakatan waktu dan tempat serta peserta pelatihan. Dari hasil kesepakatan disepakati bahwa pelatihan dilakukan di kantor Bumdes Mulyoagung tanggal 20 Nopember 2022 dengan peserta 4 orang karyawan/staf Bumdes Mulyoagung. pelatihan teknis memilih marketplace. Mitra yang dilatih adalah karyawan Bumdes Mart Mulyoagung.

2. Tahap Operasional

a. Tahap pemilihan marketplace.

Pada tahap ini Mitra dilatih dan didampingi cara-cara memilih marketplace yang tepat untuk menjual produknya.

b. Tahap pendaftaran

Tahap berikutnya adalah pendampingan pendaftaran toko di marketplace Shopee.

c. Tahap persiapan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan dan pendampingan pendataan produk yang akan difoto dan dilanjutkan dengan foto produk sekaligus memberi deskripsi produk. Kegiatan dilanjutkan dengan teknik packaging produk serta teknis pengiriman yang melibatkan kurir dari perusahaan ekspedisi.

d. Tahap pembukaan dan operasional

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mengupload produk pada marketplace Shopee sekaligus mengoperasikan toko.

e. Tahap evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengumpulkan informasi terkait berjalannya toko, hambatan-hambatan apa yang terjadi agar dapat ditemukan solusinya. Evaluasi dilakukan rutin setiap 2 minggu sekali baik dengan melibatkan Tim pelaksana dan Mitra yang terdiri dari semua pengurus Bumdes.

Adapun partisipasi mitra dan outpun pada pelaksana kegiatan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Partisipasi Mitra dan Output Pelaksanaan

Kegiatan	Partisipasi Mitra dan pelaksana	Output
Pelatihan pemilihan marketplace yang baik	Mitra: Menyediakan tempat dan personil yang ditugaskan untuk mengikuti pelatihan Pelaksana: Memberi pengetahuan teknik memilih marketplace yang baik	Pemahaman Staf Bumdes mengenai Marketplace
Pendampingan pendaftaran toko ke Marketplace	Mitra: Menyediakan alat komunikasi (HP) dan paket data/internet dan KTP Pelaksana: Melakukan bimbingan dan pendampingan pendaftaran toko ke Marketplace	Terbentuknya toko di Marketplace Shopee
Pendampingan pendataan produk, foto produk dan teknis mendeskripsikan produk, mengupload produk dan packing produk	Mitra: Mendata produk-produk yang akan di jual kemudian memfoto produk tersebut sekaligus mendeskripsikan produk dan mengupload produk. Pelaksana: Membimbing dan mendampingi teknis pendataan produk berdasar pengelompokannya, teknis foto produk dan mendeskripsikannya kemudian teknis mengupload produk di marketplace dan Teknik packing produk	Teruploadnya foto produk di marketplace dan dapat melakukan packing produk
Pendampingan teknis pengelolaan toko di marketplace agar laris	Mitra: Mengevaluasi kemungkinan dilakukannya promosi dan cara meningkatkan penjualan Pelaksana: Membimbing dan mendampingi teknis promosi dan strategi meningkatkan penjualan	Pembeli di marketplace meningkat

HASIL DAN PENCAPAIAN SASARAN

Kegiatan pendampingan membuka toko pada marketplace dimulai dari tahap persiapan yaitu berkoordinasi dengan Mitra untuk menyepakati tentang waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan, Berdasar hasil diskusi disepakati pelaksanaan pelatihan diadakan pada tanggal 23 Desember 2022 bertempat di kantor Bumdes Mulyoagung.

Gambar 1. Koordinasi Awal dengan BUMDes Mulyoagung



Tahap pelatihan dan pendampingan pendataan produk yang akan dijual di marketplace dilaksanakan pada pertemuan kedua yaitu pada tanggal 22 Februari 2023. Pendataan produk dilakukan dengan menggolongkan produk sesuai kategorinya yaitu seperti kategori makanan ringan, kategori minuman, kategori tanaman, kerajinan dan lain-lain. Orientasi awal dikhususkan pada produk-produk hasil masyarakat setempat kemudian ditambah produk-produk keperluan sehari-hari masyarakat yang diperoleh oleh Bumdes melalui kerjasama dengan toko Grosir di wilayah Mulyoagung yang akan dijadikan sebagai suppliernya.

Gambar 2. Pelatihan Membuka Marketplace Untuk Pengurus Bumdes



Pada pelatihan pengenalan marketplace Pemateri adalah pelaku bisnis toko online di Kecamatan Dau yang sudah besar dan ternama yaitu Ibu Ridha Nurrahma Putri sebagai Owner Sumber Jaya Grosir yang memiliki berbagai toko online seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia dan Grab dan beberapa cabang toko yang beroperasi secara offline di wilayah Malang. Peserta pelatihan yaitu pengurus Bumdes Mulyoagung dan beberapa calon supplier toko online Bumdes khususnya dari warga setempat yang memiliki produk seperti makanan ringan, produk

pertanian dan kerajinan. Materi pelatihan diantaranya adalah tentang wawasan pentingnya bisnis secara online pada era sekarang ini. Beberapa kemudahan bisnis secara online seperti tidak diperlukannya modal yang besar seperti untuk membangun tempat atau toko, modal untuk pembelian barang yang akan dijual, dan tidak diperlukan karyawan toko yang banyak, transaksi atau pembayarannya mudah, pengiriman yang cepat dan mudah serta bisnis dapat dilakukan selama 24 jam. Modal yang diperlukan hanya smartphone dan koneksi internet. Sedangkan untuk menentukan marketplace yang akan dipilih untuk membuka toko, maka pemateri menyarankan kepada Bumdes untuk mencari marketplace yang memiliki kriteria:

1. Ramai pengunjungnya

Memilih marketplace yang akan dijadikan untuk berjualan online sama halnya dengan memilih tempat/lokasi usaha. Tempat yang ramai pengunjung pasti menjadi target utama, demikian pula dengan memilih marketplace, harus mempertimbangkan banyak sedikitnya trafik pengunjung pada marketplacetersebut.

2. Memiliki reputasi yang baik

Dalam memilih marketplace untuk menjual produk kita, maka harus diketahui dulu marketplace yang memiliki reputasi yang baik. Informasi bisa kita cari dari para pengguna yang telah terlebih dahulu menggunakan marketplace tersebut atau bisa diperoleh dari informasi di mesin pencari di internet.

3. Memiliki layanan yang lengkap

Sebelum menentukan pilihan marketplace yang akan kita gunakan maka harus melihat kekurangan dan kelebihan masing-masing marketplace. Banyak marketplace bermunculan saat ini, namun juga tidak sedikit yang berguguran. Untuk itu harus pintar menentukan pilihan marketplace yang akan digunakan.

4. Menyediakan fasilitas gratis

Tiap marketplace memiliki berbagai fasilitas yang memudahkan baik bagi pembeli maupun bagi penjual. Ada yang memberi fasilitas gratis ongkos kirim untuk pengguna akun pertama atau gratis ongkos kirim pada tanggal-tanggal tertentu, diskon harga, gratis promosi dan sebagainya. Bagi bisnis pemula akan sangat bermanfaat dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut.

5. Memberi kemudahan baik bagi penjual maupun pembeli

Sebelum memilih marketplace yang akan digunakan harus dipelajari dulu marketplace yang mana yang paling mudah untuk melakukan transaksi baik menjual maupun membeli. Marketplace yang sulit dalam system atau prosedur baik bagi penjual maupun bagi pembeli pasti tidak diminati. Untuk itu harus dipelajari mekanisme dan aturan-aturan dari masing-masing marketplace

6. Memiliki system yang menjamin keamanan

Dengan munculnya berbagai sarana berjualan online tidak sedikit penjual maupun pembeli yang terkena penipuan. Sistem marketplace yang tidak baik akan mudah dibobol oleh para hacker sehingga menimbulkan kerugian. Untuk itu harus mempelajari dulu dan mencari informasi marketplace yang memiliki jaminan keamanan transaksi yang bagus.

Tahapan berikutnya setelah diberi wawasan tentang marketplace, maka pengurus Bumdes didampingi melakukan pendaftaran toko pada marketplace Shopee. Pertimbangan pemilihan marketplace Shopee karena trafik pengunjung dan transaksi yang ramai, lebih sering menawarkan fasilitas-fasilitas diskon dan ongkos gratis serta mudah dalam hal administrasi dan prosedur pendaftaran. Toko yang didaftarkan pada Shopee bernama “Bumdes Mart Mulyoagung” dan dilanjutkan dengan teknis memfoto produk serta mengupload foto produk kemudian mendeskripsikan produk beserta harganya. Teknik foto produk dilakukan dengan mengikuti ketentuan-ketentuan marketplace serta mengikuti teknis pada umumnya, yaitu:

1. Dalam satu halaman hanya terdapat satu foto produk secara keseluruhan (bisa tampil muka, belakang dan samping)
2. Jika produk merupakan satu paket yang terdiri dari beberapa produk harus tampil masing-masing produk secara utuh atau disebut group shots.
3. Untuk menunjukkan secara lebih jelas ukuran produk bisa diaplikasikan pada model (misal untuk pakaian diaplikasikan pada modal dewasa, remaja atau anak), pada produk lain bisa ditampilkan mulai ukuran kecil sampai besar, atau menggunakan media perbandingan.
4. Memperhatikan pencahayaan agar detail produk dapat terlihat dengan jelas.
5. Pemilihan warna background yang terang agar produk terlihat jelas.
6. Mengedit foto agar terlihat lebih menarik.

Setelah foto produk siap maka langkah berikutnya adalah mengupload produk pada marketplace dan mendeskripsikan produk tersebut. Mendeskripsikan produk yang terpenting adalah:

1. Deskripsi produk harus jelas dan lengkap. Mulai dari spesifikasi/fitur, keunggulan, kelengkapan/bahan-bahan, garansi, warna tersedia, isi dan sebagainya.
2. Menggunakan kata-kata yang singkat dan mudah dipahami calon pembeli.
3. Memberi peluang pertanyaan pembeli untuk bertanya misal dalam hal garansi, kedaluarsa, kemungkinan kerusakan produk dan cara tukar produk.

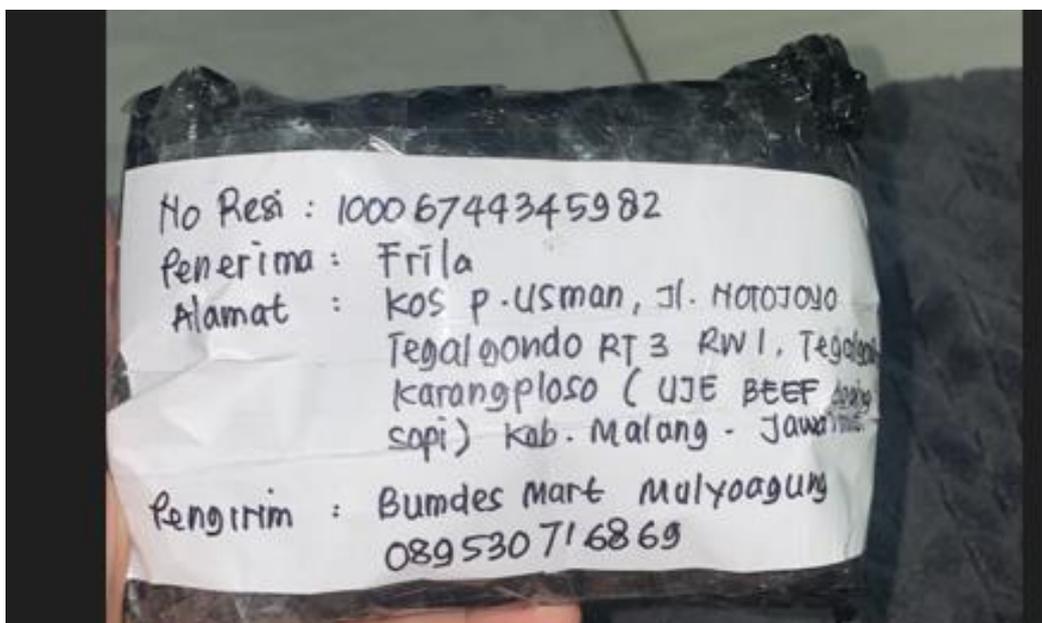
Gambar 3. Pendampingan Prakek Operasionalisasi Marketplace Untuk Pengurus Bumdes



bagus dapat menurunkan kepercayaan pembeli sehingga dapat menurunkan rating toko dalam marketplace. Konsumen dapat dengan leluasa memberikan penilaian terhadap produk yang dibelinya secara online, sehingga jika konsumen memberikan penilaian tidak puas terhadap produk kita mulai dari substansi produknya maupun packing dan kecepatan pelayanan maka akan berdampak pada keraguan calon pembeli lainnya. Untuk itu packing yang bagus dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Cara packing antara barang satu dengan barang lainnya belum tentu cocok. Packing harus dilakukan dengan menyesuaikan produk yang akan kita packing. Cara packing selain tergantung jenis barang juga tergantung dengan waktu pengiriman, tujuan pengiriman dan cara pengiriman. Beberapa produk memerlukan cara packing tertentu karena produk tersebut tidak tahan lama, mudah patah/remuk atau berbentuk cairan dan sebagainya sehingga memerlukan pelindung yang kuat. Namun intinya dalam packing yang harus diperhatikan adalah:

1. Packing produk harus rapi
2. Jika produk tidak memiliki kemasan yang aman, maka gunakan wadah/kotak utama untuk produk yang akan dikirim.
3. Gunakan kertas atau bubble wrap untuk lapisan pertama kemudian lapisan kedua dapat dengan kardus/plastic (menyesuaikan jenis barang) agar aman dan tidak rusak.
4. Gunakan lakban yang berkualitas.
5. Menulis dengan lengkap data-data tujuan pengiriman. Jika sudah ada printer maka data tujuan pengiriman berupa resi bisa langsung di print sistemnya shopee.
6. Gunakan stiker "fragile" dan "handle with care" jika diperlukan.

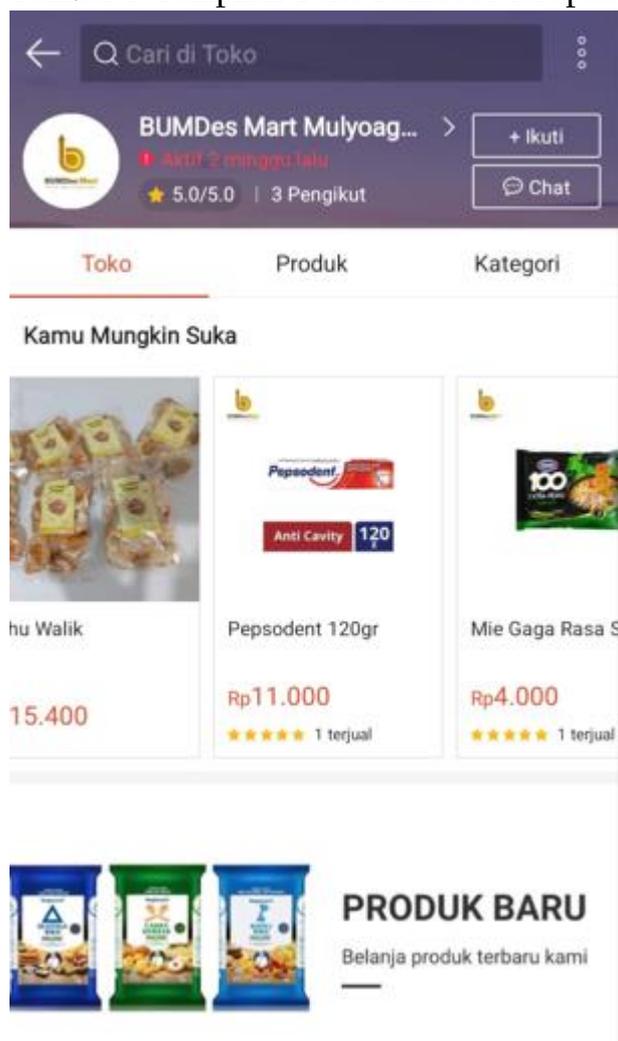
Gambar 4. Praktek Packaging Barang Yang Dibeli Konsumen



Setelah dilakukan pendampingan tersebut maka pengurus Bumdes selanjutnya aktif mengecek smartphone untuk mengecek setiap saat jika ada pembeli checkout. Dari hasil pelatihan dan pendampingan ini maka toko online yang terbentuk di marketplace Shopee dengan nama "Bumdes Mart Mulyoagung"

sudah mulai beroperasi. Diharapkan dengan beroperasinya toko akan dapat menambah satu unit kegiatan usaha Bumdes sehingga jika toko ini berkembang tentunya akan meningkatkan pendapatan Bumdes yang pada akhirnya dapat meningkatkan Pendapatan Asli Desa Mulyoagung. Disamping itu untuk kedepannya produk-produk hasil produksi masyarakat desa Mulyoagung baik kerajinan, pertanian, makanan ringan dan sebagainya akan dapat dijual secara online.

Gambar 5. Tampilan Toko Bumdes Mart pada Marketplace Shopee



Gambar di atas adalah tampilan toko Bumdes Mart Mulyoagung di marketplace Shopee. Untuk sementara produk terupload di toko sebanyak 35 produk dan produk terjual hari pertama 2 item produk. Produk yang di-upload merupakan produk-produk pabrik dan produk UMKM setempat. Setelah kegiatan pendampingan ini pengurus Bumdes akan terus melakukan pendataan produk umkm masyarakat desa Mulyoagung dan akan di-upload di marketplace.

KESIMPULAN

Dengan dibukanya toko Bumdes Mart Mulyoagung di Marketplace Shopee maka penjualan toko makin meningkat karena area pemasaran produk yang semakin luas jangkauannya, tidak hanya lokal tapi nasional. Dengan demikian

produk-produk masyarakat desa Mulyoagung baik dari hasil pertanian seperti bibit tanaman, jeruk, avokad, pisang, jagung manis dan hasil peternakan seperti susu sapi segar, telur asin, telur ayam kampung maupun produk hasil umkm seperti minuman jamu, kripikpisang, kripik ketela, kripik jagung dan makanan ringan lainnyadapat terangkat dan bisa terjual dalam skala nasional. Peningkatan penjualan diharapkan dalam jangka panjang akan meningkatkan kontribusi BUM Desa Mulyoagung terhadap Pemerintah desa dalam meningkatkan Pendapatan Asli Desa serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Untuk itu disarankan pada staf Bumdes Mart Mulyoagung agar aktif mengelola tokonya di marketplace seperti selalu menambah produk dan melakukan promosi-promosi.

SARAN

Untuk memastikan kesuksesan toko Bumdes Mart Mulyoagung di Marketplace Shopee, berikut beberapa saran yang dapat diberikan pada staf Bumdes Mart Mulyoagung: a), Diversifikasi Produk, Selalu mencari peluang untuk menambah jenis produk yang ditawarkan di toko. Dengan memiliki beragam produk, toko akan lebih menarik minat pembeli dan memberikan banyak pilihan kepada konsumen. b), Promosi Secara Berkala, Melakukan promosi-promosi berkala di Marketplace Shopee akan membantu menarik perhatian calon pembeli. Diskon khusus, potongan harga, atau program reward bagi pembeli setia dapat meningkatkan daya tarik toko dan menciptakan loyalitas pelanggan. c). Kualitas Layanan Pelanggan, Berikan pelayanan pelanggan yang baik dan tanggap terhadap pertanyaan, masukan, atau keluhan. Tanggapi pesan dari pelanggan dengan cepat dan berusaha memecahkan masalah mereka dengan efisien. dan d). Kolaborasi dengan Pelaku Bisnis Lain, Pertimbangkan untuk berkolaborasi dengan pelaku bisnis lokal atau lainnya dalam promosi bersama atau mengadakan acara khusus untuk meningkatkan visibilitas toko dan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Desa, A. (2021). *Strategi Pembinaan dan Pengembangan Bum Desa/Bum Desa Bersama*. Media Belajar Desa. <https://akademidesa.id/2021/08/14/strategi-pengembangan-bum-desa-bum-desa-bersama/>
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 2598–2823.
- Masyarakat, P. (2022). *Percepatan Sertifikasi Badan Hukum BUM Desa, Solusi Konkrit Kebangkitan Ekonomi di Desa*. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan. <https://www.kemenkopmk.go.id/percepatan-sertifikasi-badan-hukum-bum-desa-solusi-konkrit-kebangkitan-ekonomi-di-desa>
- Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2010 Tentang Badan Usaha Milik Desa, (2010). <https://peraturan.go.id/id/permendagri-no-39-tahun-2010>
- Popa, S., Soto-Acosta, P., & Perez-Gonzalez, D. (2018). An investigation of the effect of electronic business on financial performance of Spanish manufacturing SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 355–362. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.012>

- Prasetyo, R. A. (2017). Peranan Bumdes Dalam Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat di Desa Pejambon Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Dialektika Volume, XI*, 86–100.
- Rahmadanik, D. (2018). Peran Bumdes Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Cokrokembang Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Pacitan. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(1), 909–913. <https://doi.org/10.30996/jpap.v4i1.1293>
- Salihin, A. (2021). Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Masyarakat Desa Pejanggalik. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 96. <https://doi.org/10.29300/aij.v7i1.3937>
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2019). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 116–126. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.116-126>
- Yannopoulos, P. (2010). The Impact of the Internet on Marketing Strategy. *International Journal of E-Business Research*, 6(4), 38–51. <https://doi.org/10.4018/jebr.2010100104>