

## PENYADARAN MASYARAKAT DESA SIRNAJAYA GARUT TERKAIT PEMANFAATAN INTERNET DENGAN PROGRAM PANDU DIGITAL GOES TO VILLAGES

Sri Rahayu<sup>1\*</sup>, Rinda Cahyana<sup>2</sup>, Dewi Tresnawati<sup>3</sup>, Eri Satria<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Relawan Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia, Garut, Indonesia

<sup>2,3,4</sup>Sekolah Tinggi Teknologi Garut, Garut, Indonesia

\*Email: srirahayu@sttgarut.ac.id

**Abstrak.** *Sirnajaya merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Pasirwangi kabupaten Garut provinsi Jawa Barat. Beberapa produk unggulan desa Sirnajaya antara lain Sumpia Arni, Sumpia Denay, dan beberapa kopi asli Garut memiliki potensi untuk diminati oleh pasar global. Keterbatasan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi hambatan pemasaran produk secara global. Kegiatan Pandu Digital goes to Villages dilaksanakan untuk membangun minat, pengetahuan dan keterampilan masyarakat desa Sirnajaya agar dapat memanfaatkan online marketplace dan social media untuk pemasaran online. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan indentifikasi permasalahan, penciptaan kapasitas, dan evaluasi. Kegiatan berhasil meningkatkan minat, pengetahuan dan keterampilan masyarakat. Minat masyarakat yang lebih cenderung kepada hiburan online harus ditindaklanjuti dengan menunjukkan contoh penerapan di desa Sirnajaya yang berhasil meningkatkan pendapatan.*

**Kata Kunci:** Desa, Literasi Digital, Online Marketplace, Social Media, Teknologi Informasi dan Komunikasi

### I. PENDAHULUAN

Kecamatan Pasirwangi adalah wilayah kecamatan yang berada di kabupaten Garut provinsi Jawa Barat yang merupakan pecahan dari kecamatan Samarang. Cikal bakal kecamatan Pasirwangi dimulai dari 3 (tiga) desa, yakni : Pasirwangi, Pasirkiamis dan Padasuka yang ketika itu masih termasuk dalam wilayah kecamatan Samarang. Ketiga desa tersebut, kini telah mengalami pemekaran menjadi 12 (dua belas) desa. Desa Pasirwangi terpecah menjadi (Pasirwangi, Padaawas, Barusari dan Sirnajaya/Gadog); sementara desa Pasir Kiamis terpecah menjadi (Pasirkiamis, Karyamekar, Talaga dan Sariwangi) dan desa Padasuka terpecah menjadi (Padasuka, Padaasih, Padamulya dan Padamukti). Sirnajaya merupakan salah satu desa di kecamatan Pasirwangi yang memiliki 8 Rukun Warga dan 16 Rukun Tetangga.

Terdapat beberapa UMKM (Usaha Mikro dan Kecil Menengah) di desa Sirnajaya, seperti Sumpia Denay, Sumpia Arni, kopi D'Arfi, dan lainnya. UMKM tersebut berpotensi meningkatkan perekonomian desa Sirnajaya. Seiring dengan kemajuan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) yang semakin pesat (Anwary, Supriatna, & Kurniawati, 2014), UMKM seyogyanya dapat menerapkan TIK agar dapat memasarkan produknya secara luas (Rahayu & Kariman, 2016) dan efisien. Untuk itu diperlukan upaya penciptaan kapasitas yang dapat membangun minat masyarakat terhadap kemudahan transaksi *online* (Rahayu & Argien, 2016) dalam proses pemasaran berbasis TIK tersebut. Dengan adanya upaya tersebut diharapkan produk desa Sirnajaya lebih dapat diketahui oleh khalayak luas.

Dengan memperhatikan hal tersebut, dosen dan mahasiswa Sekolah Tinggi Teknologi Garut yang telah dikukuhkan sebagai Pandu Digital oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia melaksanakan kegiatan Pandu Digital *goes to Village* dalam KKN (Kuliah Kerja Nyata). Kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat desa Sirnajaya, khususnya

UMKM, terkait pemanfaatan *online marketplace* dan *social media* untuk memasarkan produk usahanya.

## II. METODE

Pandu Digital *goes to Village* dilaksanakan melalui tiga tahapan sebagaimana tampak pada gambar 1. Dari tiga aktivitas penciptaan kapasitas (Cahyana & Sagala, 2017), tim hanya akan melaksanakan aktivitas penyadaran dan pelatihan saja, tidak sampai aktivitas pendampingan.

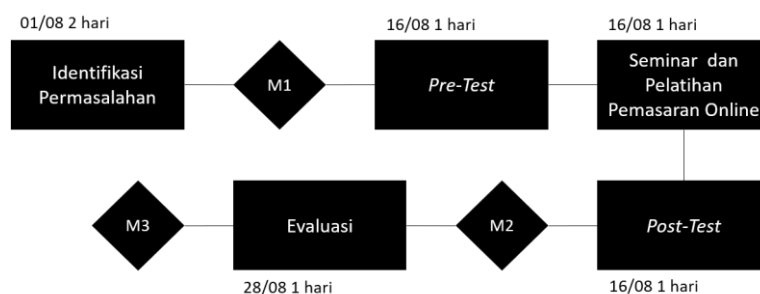


**Gambar 1. Work breakdown structure Pengabdian kepada Masyarakat**

Tahap pertama meliputi aktivitas identifikasi permasalahan untuk mengetahui sejauh mana kesenjangan digital di desa Sirnajaya. Tahap kedua meliputi aktivitas *pre-test* untuk mengetahui tingkat literasi digital peserta; aktivitas seminar dan pelatihan pemasaran online untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan dari instruktur ke peserta; dan aktivitas *post-test* untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap pemanfaat TIK dalam praktik pemasaran *online*. Pertanyaan diberikan kepada peserta dalam formulir kuesioner dengan lingkup pertanyaan sebagai berikut:

1. Kemampuan dalam menggunakan TIK dasar;
2. Pengetahuan terkait pemanfaatan TIK untuk mengakses informasi; dan
3. Minat pemanfaatan informasi dan TIK untuk peningkatan kesejahteraan.

Urutan pelaksanaan aktivitas dan waktunya sebagaimana tampak pada Gambar 2.



**Gambar 2. Diagram Alur Aktivitas Pandu Digital Desa Sirnajaya**

Sumber daya yang digunakan pada setiap aktivitasnya disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1. Sumber Daya Penelitian**

No	Aktivitas	Manusia	Perangkat
1	Identifikasi Permasalahan	Peserta dan Tim Pelaksana	Alat Tulis dan Komputer
2	<i>Pre-Test</i>	Peserta dan Tim Pelaksana	Alat Tulis
3	Seminar dan Pelatihan Pemasaran <i>Online</i>	Peserta dan Tim Pelaksana	Laptop, Smartphone
4	<i>Post-Test</i>	Peserta dan Tim Pelaksana	Alat Tulis
4	Evaluasi	Tim Pelaksana	Komputer

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Aktivitas

Dari aktivitas identifikasi permasalahan diketahui tidak ada satupun UMKM yang telah menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Dalam proses identifikasinya, tim menunjukkan media sosial agar responden memahami pertanyaan yang disampaikan kepadanya. Nampak pada gambar 1, bapak Aceng Abuy pemilik Sumpia Denay yang sedang menerima penjelasan tentang media sosial dari tim. Pada tanggal 16 Agustus 2019 dilakukan seminar dan pelatihan pemasaran online yang dihadiri oleh pemuda dan pemudi desa Sirnajaya, sebagaimana tampak pada gambar 2.

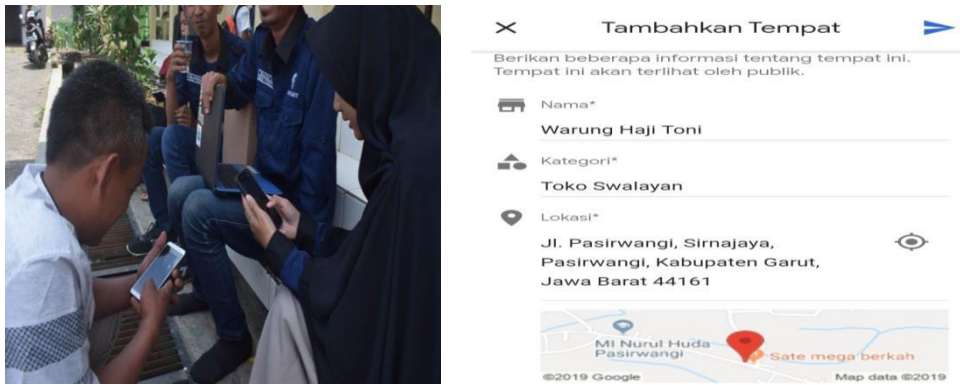


Gambar 1. Pengenalan Instagram kepada UMKM



### Gambar 2. Seminar dan Pelatihan Pemasaran Online

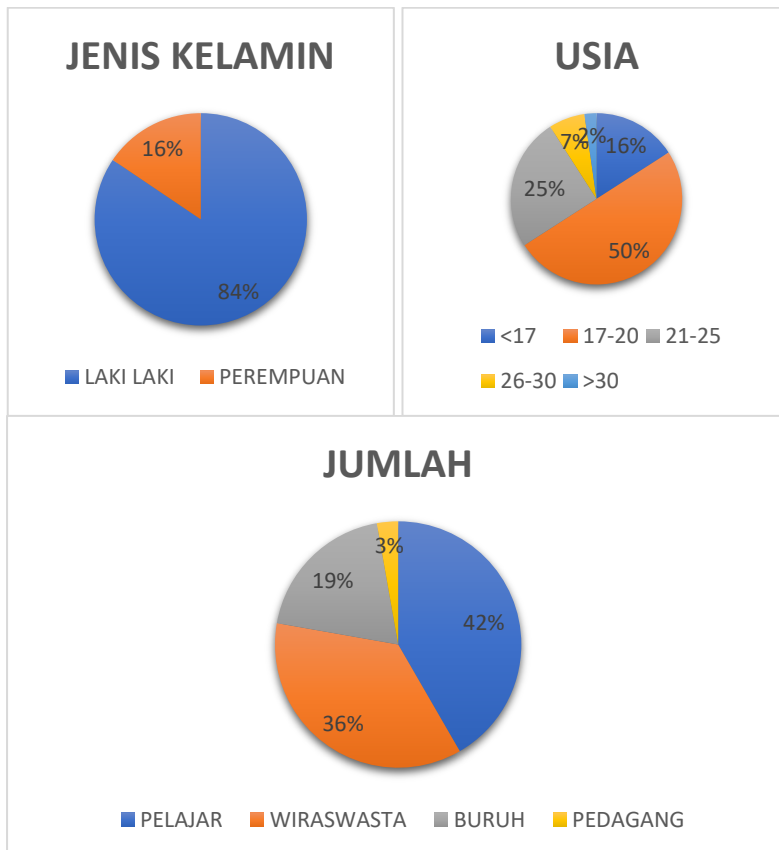
Beberapa Pemilik UMKM dipandu terkait cara dan tahapan pembuatan lapak dagang di *online marketplace* sebagaimana nampak pada gambar 3.



Gambar 3. Pembuatan Lapak Dagang di *Online Marketplace*

### B. Penyelesaian Masalah

Peserta yang mengisi *pre-test* dan *post-test* adalah peserta seminar dan pelatihan dengan komposisi sebagaimana tampak pada gambar 4.



Gambar 4. Komposisi Peserta Kegiatan

Jawaban *test* menggunakan skor dalam rentang 0 (tidak ada) sampai dengan 4 (sangat bertambah). Hasil *test* menunjukkan:

1. Pengetahuan masyarakat tentang handphone sebagai alat komunikasi naik sekitar 13% menjadi semakin tahu (4);
2. Minat penggunaan handphone untuk kegunaan selain komunikasi naik sekitar 9% menjadi berminat (3);
3. Pengetahuan tentang keberadaan informasi di internet naik sekitar 13% menjadi tahu (3)
4. Minat penggunaan handphone untuk mengakses informasi di internet naik sekitar 16% menjadi berminat (3);
5. Minat penggunaan handphone untuk pekerjaan tetap di angka 64% dalam kondisi berminat (3);
6. Pengetahuan tentang meningkatkan penghasilan dengan internet mayoritas sekitar 47% menyatakan kurang tahu (2), tetapi ada peningkatan sekitar 9% menjadi semakin tahu (4);
7. Minat terhadap pemasaran online masih rendah, yang berminat (3) baru sekitar 42%; dan
8. Minat terhadap hiburan online naik 16% menjadi berminat (3).

Tim pelaksana berhasil membantu UMKM Sumpia Denay untuk memiliki akun media sosial Instagram. Tim pelaksana juga membantu bapak Agus memiliki akun dan lapak dagang di Bukalapak.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pandu Digital *goes to Village* secara umum berhasil meningkatkan minat dan pengetahuan masyarakat terkait pemanfaatan *online marketplace* dan *social media* untuk pemasaran online. Kondisi peserta yang lebih berminat memanfaatkan internet untuk hiburan dari pada pemasaran online hanya bisa dirubah bila ada contoh praktik terbaik di desa Sirnajaya yang berhasil meningkatkan keuntungannya dengan pemanfaatan perangkat TIK tersebut. Dengan demikian disarankan agar pelaku usaha yang telah dibuatkan akun *online marketplace* dan *social media* untuk terus didampingi sampai pemanfaatannya membuahkan hasil.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada desa Sirnajaya atas dukungan, bantuan serta sambutan hangat, kepada Sekolah Tinggi Teknologi Garut yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan pengabdian, serta kepada tim KKN yang senantiasa semangat dalam kegiatan pengabdian ini. Tidak lupa ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Pemberdayaan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang telah membiayai kegiatan yang terintegrasi dengan program Pandu Digital ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anwary, N., Supriatna, A. D., & Kurniawati, R. (2014). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Di Outlet Persib Hardcore Menggunakan Metode Berorientasi Objek. *Jurnal Algoritma*, 11(2), 237-245.
- Cahyana, R., & Sagala, I. (2017). Model Sistem Perubahan dalam Lingkup Program Sarjana. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 1(1), 47-52.

- Rahayu, S., & Argien, M. (2016). RANCANG BANGUN APLIKASI PENJUALAN ONLINE JAKET OSCAR DI TOKO GLACER JACKET GARUT BERBASIS WEB. *Jurnal Algoritma*, 13(2), 341-347.
- Rahayu, S., & Kariman, A. (2016). PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN DAN PENJUALAN BARANG DI PERUSAHAAN DAGANG DODOL JUWITA GARUT BERBASIS DEKSTOP. *Jurnal Algoritma*, 13(1), 205-210.