

Peningkatan Kapasitas Pemahaman Warga Desa Melung Terhadap Pemasaran Melalui Internet

Kholidiyah Masykuroh¹, Umami Athiyah², Irmayatul Hikmah³,
Andreas Rony Wijaya⁴

Program Studi S1 Teknik Telekomunikasi, Institut Teknologi Telkom Purwokerto¹
Program Studi S1 Sains Data, Institut Teknologi Telkom Purwokerto^{2,4}
Program Studi S1 Biomedis, Fakultas Teknik Telekomunikasi dan Elektro³
Email Korespondensi: ummi@ittelkom-pwt.ac.id

Received 05 Januari 2023, Revised 31 Januari 2023, Accepted 31 Januari 2023

ABSTRAK

Internet merupakan hal penting yang tidak terelakkan lagi, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Masyarakat cenderung membutuhkan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik itu sebagai media komunikasi melalui jaringan komunikasi elektronik maupun sebagai media pemenuhan mata pencaharian pokok. Desa melung merupakan desa wisata dan memiliki banyak UMKM yang dikelola oleh masyarakat desa. Masyarakat Desa Melung memiliki permasalahan yaitu belum memiliki pemahaman mengenai pemanfaatan internet secara maksimal terutama dalam hal melakukan pemasaran untuk desa wisata dan pemasaran produk UMKM masyarakat. Belum maksimalnya pemahaman warga desa melung dalam memanfaatkan internet serta kurangnya pemahaman warga mengenai internet terutama dalam hal pemasaran, melatar belakangi kegiatan sosialisasi dalam pengabdian masyarakat ini. Metode yang digunakan adalah *workshop*, dengan materi mengenai literasi teknologi, pengenalan internet, dan *internet marketing*. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan dan juga hasil survei, diperoleh kesimpulan bahwa pemahaman masyarakat sesudah dilaksanakan *workshop* menunjukkan baik sekali, ditunjukkan dengan nilai rata-rata pemahaman 4.3 dari skala 1-5 dan terjadi peningkatan pemahaman peserta tentang pemasaran menggunakan internet ditunjukkan dengan kenaikan persentase kenaikan pemahaman masyarakat berkisar dari 10 – 24 % dan rata-rata peningkatan sebesar 17.2%, peningkatan persentase terkecil yaitu pada pernyataan ketiga sebanyak 10% tentang keaktifan masyarakat dalam menggunakan internet, sedangkan peningkatan persentase terbesar pada pernyataan keempat sebanyak 24% tentang pemahaman internet dapat digunakan dalam proses pemasaran. Dengan demikian, warga masih perlu diberikan sosialisasi dan pelatihan mendalam sehingga masyarakat Desa Melung dapat menggunakan internet untuk pemasaran.

Kata kunci: Desa, Internet, UMKM, Literasi, Pemasaran.

ABSTRACT

The internet is an important thing that is unavoidable, both in urban and rural areas, people tend to need the internet to fulfill their daily needs, both as a medium of communication through electronic communication networks and as a medium for fulfilling basic livelihoods. Melung village is a tourist village and has many MSMEs managed by the village community. The Melung village community has a problem, namely they do not have an understanding of the maximum use of the internet, especially in terms of conducting marketing for tourism villages and marketing community UMKM products. The lack of understanding of the residents of Melung village in utilizing the internet and the lack of understanding of residents about the internet, especially in terms of marketing, is the background for this socialization activity in community service. This socialization uses the seminar method. In this socialization material was delivered regarding technology literacy, internet introduction, and internet marketing. Based on the activities that have been carried out and also the results of the survey, it is concluded that the community's understanding after the workshop has been carried out is very good, indicated by an average understanding score of 4.3 from a scale of 1-5 and an increase in participants' understanding of marketing using the internet is indicated by an increase in the percentage of an increase in understanding community ranges from

10 – 24% and the average increase is 17.2%, the smallest percentage increase is in the third statement as much as 10% regarding community activity in using the internet, while the largest percentage increase in the fourth statement is as much as 24% regarding understanding the internet can be used in the process marketing. Thus, residents still need to be given in-depth socialization and training so that the people of Melung Village can use the internet for marketing.

Keywords: Village, Internet, UMKM, Literacy, Marketing

PENDAHULUAN

Internet merupakan hal penting yang tidak terelakkan lagi, baik di perkotaan maupun di pedesaan masyarakat cenderung membutuhkan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik itu sebagai media komunikasi melalui jaringan komunikasi elektronik maupun sebagai media pemenuhan mata pencaharian pokok. Jika internet dimanfaatkan dengan maksimal, maka taraf kesejahteraan hidup manusia akan meningkat dan tidak ada lagi ketidaksenjangan antara masyarakat di perkotaan dengan di pedesaan (Badri, 2016). Realita saat ini belum semua masyarakat memanfaatkan internet dengan maksimal, masih banyak masyarakat di daerah pelosok atau desa yang tidak memiliki pengetahuan lebih akan kegunaan internet, sekedar dimanfaatkan hanya untuk aktivitas berkomunikasi antar satu dengan yang lain saja (Kusnindar & Juliono, 2018). Sedangkan banyak peluang usaha yang bisa dikembangkan di daerah pelosok atau desa melalui UMKM desa. Kebutuhan pokok seperti hasil pertanian, hasil bumi, hasil laut, maupun kerajinan dapat dipasok atau dikirim ke daerah yang lebih maju atau berkembang pesat seperti perkotaan. Barang-barang yang sampai di perkotaan dinilai dengan harga yang jauh lebih tinggi. Perbedaan harga di desa dan kota mengakibatkan kesenjangan antara petani atau nelayan di desa dengan masyarakat di kota, padahal masyarakat kota mendapat pasokan kebutuhan pokok dari petani atau nelayan di desa.

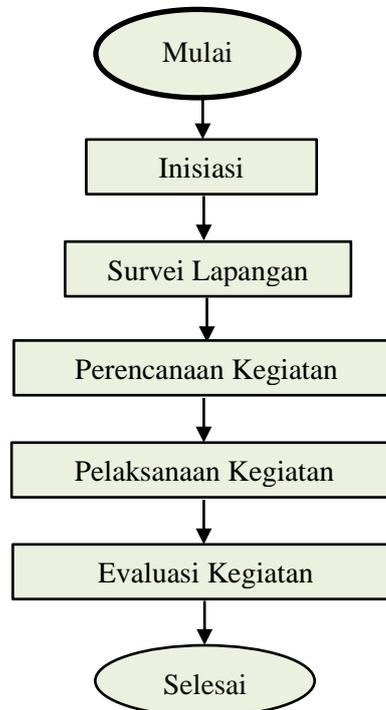
Pemanfaatan internet yang maksimal diharapkan mampu mengurangi kesenjangan tersebut. Petani atau nelayan di desa dapat mengemas produknya sekaligus mendistribusikan dengan harga jual yang lebih tinggi, jangkauan distribusi lebih luas, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat (Purba et al., 2021). Sosialisasi dan pelatihan terkait literasi internet bagi masyarakat perlu digalakkan, terutama untuk masyarakat di daerah pelosok atau desa yang belum kesemuanya mengerti atau memahami terkait pemanfaatan internet secara lebih luas (Masse, 2017).

Desa Melung terletak di perbukitan dekat Gunung Slamet di Jawa Tengah. Merupakan bagian dari Kecamatan Kedungbanteng di Kabupaten Banyumas. Desa Melung memiliki populasi 2.265 orang. Desa Melung dibatasi oleh hutan di sebelah utara, timur, selatan, dan barat (Melung, n.d.). Desa melung merupakan desa wisata dan memiliki banyak UMKM yang dikelola oleh masyarakat desa. Masyarakat Desa Melung memiliki permasalahan yaitu belum memiliki pemahaman mengenai pemanfaatan internet secara maksimal terutama dalam hal melakukan pemasaran untuk desa wisata dan pemasaran produk UMKM masyarakat.

Belum maksimalnya pemahaman warga desa melung dalam memanfaatkan internet serta kurangnya pemahaman warga mengenai internet terutama dalam hal pemasaran, melatar belakangi kegiatan *workshop* dalam pengabdian masyarakat ini. Salah satu pemanfaatan internet yang positif adalah sebagai media untuk berjualan online. Desa Melung sendiri memiliki objek tujuan wisata favorit yaitu Pagubugan Melung. Selain sebagai tempat wisata edukasi, Pagubugan Melung juga menyediakan fasilitas *camping*. Selain itu, produk-produk olahan lokal seperti jahe, kopi, kerajinan bambu, sayuran dan lainnya dapat dipasarkan lebih luas lagi melalui promosi menggunakan media sosial atau platform-platform toko online (Chasanah et al., 2020). Oleh karenanya, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Melung dalam hal pemasaran melalui internet.

METODE

Tahapan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dari inisiasi, survei lapangan, perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan diakhiri dengan evaluasi kegiatan.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Berdasarkan Gambar 1, kegiatan dimulai dengan melakukan inisiasi. Kegiatan inisiasi dilaksanakan meliputi inisiasi program kerjasama dengan Desa Melung. Kegiatan ini bertujuan untuk berdiskusi mengenai kerjasama dalam kegiatan pengabdian masyarakat secara langsung kepada Kepala Desa Melung. Bentuk kegiatan inisiasi dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini,



Gambar 2. Kegiatan Inisiasi ke kepala Desa Melung

Setelah dilakukan inisiasi, kegiatan selanjutnya yaitu melakukan proses survei lapangan. Survei telah dilaksanakan pada akhir maret 2021 oleh mahasiswa-mahasiswi dari prodi S1 Teknik Telekomunikasi, D3 Teknik Telekomunikasi dan S1 Teknik Informatika. Mahasiswa berinteraksi secara langsung dengan warga desa guna mengetahui kebutuhan dan kendala yang dihadapi masyarakat desa untuk dicarikan solusi yang dibutuhkan masyarakat yang menjadi dasar kegiatan pengabdian masyarakat ini. Keterlibatan mahasiswa diharapkan dapat

menambah pengamalan belajar mereka secara praktik langsung di lapangan, dan juga berinteraksi langsung dengan warga desa (Manurung, 2019).

Tahap kegiatan selanjutnya yaitu tahap perencanaan kegiatan, dalam proses perencanaan kegiatan dibahas mengenai waktu kegiatan, konsep kegiatan, materi sosialisasi, alat dan bahan yang diperlukan, serta memastikan dalam kesiapan peserta, narasumber, dan pihak desa dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat. Dengan perencanaan yang matang diharapkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat terlaksana dengan baik dan sesuai sasaran yang diharapkan.

Tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan merupakan kegiatan implementasi dari perencanaan yang telah direncanakan. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan metode *workshop* dengan menghadirkan narasumber sesuai bidangnya. Dalam *workshop* akan diberikan sosialisasi dan pelatihan penggunaan beberapa aplikasi online seperti email, google, penerjemah, dan lain-lain.

Pada akhir kegiatan dilakukan proses evaluasi. Proses evaluasi dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner. Pengisian kuesioner oleh peserta ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman peserta dalam kegiatan sosialisasi internet untuk pemasaran.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan pada tanggal 13 April 2021, bertempat di Aula Balai Desa Melung dan dihadiri oleh 11 peserta sebagai perwakilan warga dan perangkat desa. Kegiatan berupa *workshop* pemasaran menggunakan internet yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat secara maksimal mengenai proses pemasaran menggunakan internet. Dalam tersebut, narasumber dari IT Telkom Purwokerto menyampaikan materi mengenai literasi teknologi, pengenalan internet, dan internet marketing. Beberapa materi yang disampaikan mulai dari literasi digital, pengenalan internet, dan *internet marketing*.

Materi literasi digital membahas mengenai definisi dari literasi, mengapa literasi digital penting, apa saja yang kita butuhkan, dan darimana mendapatkannya, kemudian jenis-jenis literasi digital dan bagaimana memanfaatkannya. Perubahan media dan komunikasi yang sekarang serba digital memaksa kita untuk ikut dalam perubahan tersebut. Pada kesempatan kali ini juga dijelaskan tentang pengetahuan untuk menggunakan media digital secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, serta patuh hukum. Dijelaskan pula tentang berbagai macam konten digital antara lain berita, ensiklopedia, ulasan, tutorial, peta navigasi, penerjemah, *office app*, media sosial dan webinar. Pembiasaan diri dalam mengolah segala informasi dari media digital mengharuskan kita untuk lebih memilih dalam membagikan informasi yang kita dapat untuk dibagikan kepada orang lain, karena konten yang baik belum tentu benar, konten yang benar belum tentu pantas disebar, dan konten yang benar belum tentu bermanfaat.

Materi mengenai pengenalan internet berisi tentang definisi internet, teknik pencarian informasi di internet, bagaimana *browsing* di internet, dan bagaimana membuat email. Peserta juga dilatih untuk membuat email terutama bagi peserta yang belum mempunyai email. Pelatihan pembuatan email dilakukan dengan perangkat laptop dan *handphone* milik peserta. Para peserta dibimbing dan dilatih untuk mempraktikkan setiap langkah pembuatan email sampai proses aktivasi. Proses pelatihan pembuatan email ini dipandu langsung oleh narasumber dan para peserta didampingi oleh panitia.

Sedangkan materi untuk *internet marketing* meliputi definisi internet dan *marketing*, bagaimana internet dapat mendukung kegiatan kewirausahaan, bagaimana peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) beserta manajemennya, upaya mendukung kegiatan Bumdes, dan sebagainya. Internet untuk *marketing* ini diperlukan karena sebagai cara mempromosikan barang dan jasa (*self branding*) dengan biaya murah dapat menjangkau secara luas tanpa

membuang waktu dan tenaga. Peserta juga diberikan tips agar sukses dalam *internet marketing*, *internet marketing* disini dapat dilakukan dengan berbagai macam media yaitu Sosial Media (*Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Line*), *Youtube Marketing, Website Marketing, SEO Marketing*, dan *Konten Marketing*.



Gambar 3. Penyampaian Materi Sosialisasi.

Setelah dilaksanakan penyampaian materi seperti pada Gambar 3, selanjutnya dilakukan survei untuk evaluasi keberhasilan kegiatan. Dalam survei diberikan beberapa pernyataan terkait pemahaman masyarakat mengenai materi yang disampaikan.

Tabel 1. Pernyataan Pengukuran Pemahaman terhadap Pemasaran Melalui Internet

No	Pernyataan	Aspek Terkait
1	Saya mengerti apa itu internet.	Definisi internet.
2	Saya mengerti manfaat dari penggunaan internet.	Manfaat internet.
3	Saya menggunakan internet lebih dari 8 jam sehari.	Keaktifan peserta dalam menggunakan internet.
4	Saya mengetahui internet dapat digunakan dalam proses pemasaran.	Pemahaman internet digunakan dalam proses pemasaran.
5	Saya papat menggunakan internet (Sosial Media) untuk pemasaran.	Pemahaman dalam menggunakan internet untuk.

Jawaban menggunakan 5 skala *likert* sebagai berikut:

Skala 5 (Sangat Setuju / SS)

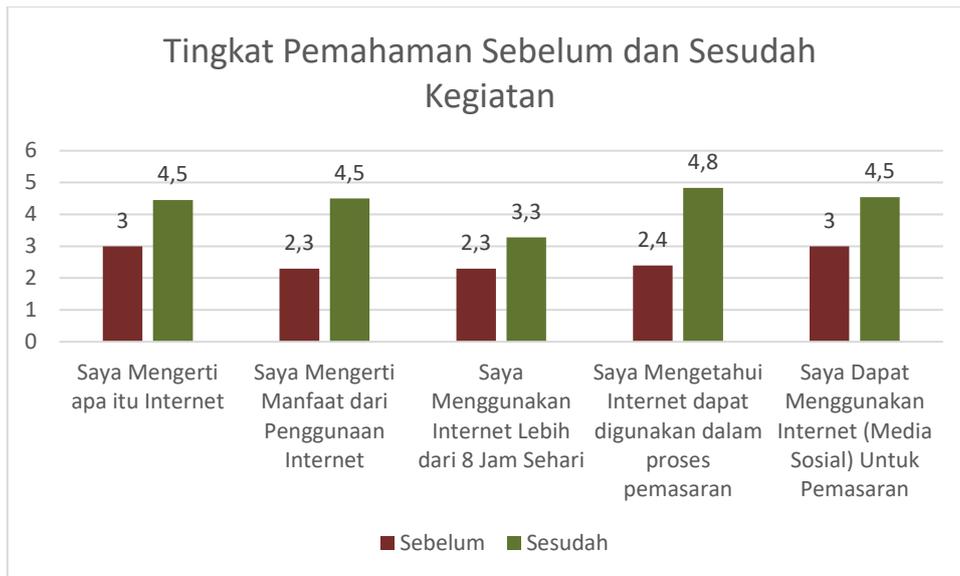
Sakal 4 (Setuju/S)

Skala 3 (Netral/N)

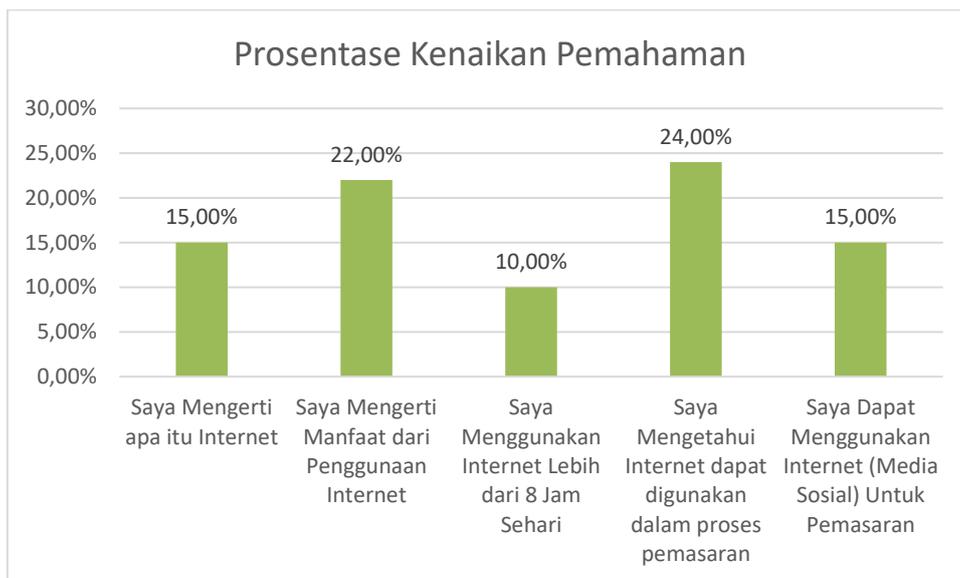
Skala 2 (Tidak Setuju/TS)

Skala 1 (Sangat Tidak Setuju/STS)

Berdasarkan hasil survei, didapatkan mengenai tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan yang dipaparkan dalam Gambar 4. Berdasarkan Gambar 4, didapatkan bahwa pemahaman peserta sesudah dilaksanakan *workshop* menunjukkan baik sekali, ditunjukkan dengan nilai rata-rata pemahaman 4.3 dari skala 1-5.



Gambar 4. Perbandingan Tingkat Kepahaman Masyarakat Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian



Gambar 5. Prosentase Kenaikan Pemahaman Masyarakat Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pengabdian Masyarakat yang telah dilaksanakan memberikan dampak positif bagi masyarakat desa Melung, dibuktikan dengan peningkatan persentase pemahaman masyarakat Desa Melung terhadap pemasaran melalui internet. Berdasarkan Gambar 5, didapatkan bahwa peningkatan persentase pemahaman masyarakat berkisar dari 10 – 24 % dan rata-rata peningkatan sebesar 17,2%, peningkatan prosentasi terkecil yaitu pada pernyataan ketiga sebanyak 10% tentang keaktifan masyarakat dalam menggunakan internet, sedangkan peningkatan persentase terbesar pada pernyataan keempat sebanyak 24% tentang pemahaman internet dapat digunakan dalam proses pemasaran. Dengan demikian, warga masih perlu diberikan sosialisasi dan pelatihan mendalam sehingga masyarakat Desa Melung dapat menggunakan internet untuk pemasaran.

SIMPULAN

Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 13 April 2021 di Desa Melung yang berupa kegiatan sosialisasi pemasaran menggunakan internet dengan materi mengenai literasi teknologi, pengenalan internet, dan internet marketing. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan dan juga hasil survei, diperoleh kesimpulan bahwa pemahaman masyarakat sesudah dilaksanakan *workshop* menunjukkan baik sekali, ditunjukkan dengan nilai rata-rata pemahaman 4.3 dari skala 1-5 dan terjadi peningkatan pemahaman peserta tentang pemasaran menggunakan internet ditunjukkan dengan kenaikan persentase kenaikan pemahaman masyarakat berkisar dari 10 – 24 % dan rata-rata peningkatan sebesar 17.2%, peningkatan persentase terkecil yaitu pada pernyataan ketiga sebanyak 10% tentang keaktifan masyarakat dalam menggunakan internet, sedangkan peningkatan persentase terbesar pada pernyataan keempat sebanyak 24% tentang pemahaman internet dapat digunakan dalam proses pemasaran. Dengan demikian, warga masih perlu diberikan sosialisasi dan pelatihan mendalam sehingga masyarakat Desa Melung dapat menggunakan internet untuk pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, M. (2016). Pembangunan Pedesaan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Studi pada Gerakan Desa Membangun). *Jurnal Dakwah Risalah*, 27(2), 62–73.
<http://dx.doi.org/10.24014/jdr.v27i2.2514>
- Chasanah, U., Sofi'I, I., & Nursyifa, A. (2020). Pengenalan Internet Sebagai Media Promosi Usaha Kecil Di Kelurahan Buaran Serpong. *Abdi Laksana*, 1(2), 181–183.
<http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v1i2.4965>
- Kusnindar, A. A., & Juliono, A. Y. P. (2018). Pemanfaatan E-Commerce pada Umkm Di Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Kelitbangan Bappeda Pringsewu*, 3(2), 84–94.
- Manurung, P. (2019). Peran Mahasiswa Dalam Pengembangan Desa Wisata. *Research Fair Unisri 2019*, 3(1), 502–507. <https://doi.org/10.33061/rsfu.v3i1.2611>
- Masse, M. R. (2017). Internet Dan Penggunaannya (Survei di kalangan masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 13–24. <https://doi.org/10.31445/jskm.2017.210102>
- Melung, P. (n.d.). *Wilayah Desa Melung*. www.melung.desa.id/wilayah/
- Purba, A. M., Arifin, A., Adela, F. P., & Ritonga, A. D. (2021). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Dodol di Daerah Pasar Bengkel Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 41–47. <https://doi.org/10.30595/jppm.v5i1.8363>