

PELATIHAN PEMANFAATAN TIK UNTUK PEMASARAN PRODUK UNGGULAN DESA PADA DESA BINAAN YAYASAN TRUKAJAYA DI JAWA TENGAH



Argo Wibowo, Rosa Delima, Halim Budi Santosa

Program Studi Sistem Informasi, Program Studi Informatika
Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Email: *argo@staff.ukdw.ac.id, rosadelima@staff.ukdw.ac.id, hbudi@staff.ukdw.ac.id*

ABSTRAK

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memberikan banyak dampak positif bagi perkembangan masyarakat perkotaan dan pedesaan. TIK dapat digunakan oleh desa sebagai media untuk mempromosikan potensi, keunikan, dan produk unggulan desa. Namun untuk dapat memanfaatkan TIK, sebagian desa mengalami kesulitan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan masyarakat untuk memanfaatkan perangkat TIK. Berdasarkan permasalahan tersebut Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Duta Wacana (FTI UKDW) bekerjasama dengan Yayasan Trukajaya melaksanakan program pelatihan bagi 4 desa binaan Yayasan Trukajaya di daerah Jawa Tengah.

Program Pelatihan dilaksanakan selama 3 hari dengan 10 orang peserta yang berasal dari Desa Kaliwungu, Karangwungu, Mukiran, dan Tuko. Materi Pelatihan meliputi pembuatan presentasi produk menggunakan Microsoft PowerPoint, pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan desa, dan pembuatan website untuk produk unggulan desa. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan peserta di bidang TIK dan peserta merasa puas terhadap pelaksanaan pelatihan yang meliputi materi, kecukupan, penyampaian, sarana dan prasarana pelatihan.

Kata kunci: Website profil, Media Sosial, PowerPoint, Potensi Desa, Pemasaran Online, Produk Unggulan Desa.

PENDAHULUAN

Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) saat ini sangat luas dan mencakup hampir semua bidang kehidupana masyarakat. Penggunaan smartphone secara meluas menjadi faktor utama pendukung perluasan penggunaan TIK di masyarakat. Penetrasi TIK telah dirasakan oleh masyarakat pada berbagai lapisan, mulai dari masyarakat perkotaan sampai masyarakat pedesaan.

Penggunaan TIK di masyarakat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan kehidupan di masyarakat. Disamping mempermudah dan memperluas akses informasi dan komunikasi, TIK juga dapat menjadi sarana promosi dan pemasaran produk bagi masyarakat. Pemanfaatan TIK untuk memasarkan produk dapat digunakan baik oleh masyarakat perkotaan maupun pedesaan. Desa menurut Undang-undang No. 6 tahun 2014, didefinisikan sebagai kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintah, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Republik Indonesia, 2014)

Desa dapat memanfaatkan TIK untuk memperkenalkan potensi yang mereka miliki. Potensi desa dapat berupa keunikan, keunggulan, dan produk-produk yang dihasilkan. Informasi yang lengkap terkait dengan potensi desa akan membantu investor dalam mengenal potensi investasi dan iklim investasi yang ada di desa tersebut (Hartono & Mulyanto, 2010). Pemanfaatan TIK merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mengenalkan potensi desa kepada masyarakat umum.



Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk melakukan pemasaran potensi desa telah dilakukan oleh beberapa desa. Salah satunya adalah Desa Kedungmalang. Salah satu peran dari pembangunan website potensi produk desa adalah memberikan akses yang luas dan lebih mudah untuk mencari potensi yang dimiliki oleh Desa Kedungmalang (Sugiyanto, 2015). Pengembangan web profil potensi desa Kedungmalang juga memuat informasi terkait dengan letak peta desa, struktur organisasi, jumlah penduduk, dan informasi potensi desa (Sugiyanto, 2015).

Setiap desa memiliki potensi yang unik dan khas. Potensi desa ini harus dikenal oleh masyarakat umum. Berbagai upaya dilakukan untuk memasarkan potensi desa yang dimiliki oleh masing – masing desa. Pemasaran sebagai seni menjual produk (Kotler & Keller, 2007) memiliki orientasi kepada konsumen sehingga strategi pemasaran harus disusun berdasarkan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Salah satunya adalah mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Profil desa merupakan informasi spesifik mengenai suatu desa. Informasi ini sumber informasi potensi desa dan kelurahan. Informasi yang terdapat pada profil desa harus akurat dan dapat dipercaya (Achsini, Cangara, & Unde, 2015). Ketersediaan, kelengkapan, dan akuntabilitas data menjadi indikator evaluasi terhadap kualitas Data Profil Desa (Achsini, Cangara, & Unde, 2015).

Yayasan Trukajaya sebagai salah satu yayasan yang bergerak di bidang pelayanan untuk masyarakat petani dan perdesaan memiliki beberapa desa binaan diantaranya adalah Desa Kaliwungu, Kawangwungu, Mukiran dan Tuko. Desa Kaliwungu, Kawangwungu, Mukiran dan Tuko merupakan desa yang terletak di daerah Jawa Tengah. Keempat desa ini beberapa produk unggulan desa diantaranya hasil pertanian organik, perkebunan, dan peternakan Desa Mukiran.

Permasalahan yang dihadapi oleh keempat desa tersebut adalah kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki aparat dan masyarakat terkait pemanfaatan TIK untuk mempromosikan potensi / produk desa. Oleh karena itu, Fakultas Teknologi Informasi (FTI) Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) bekerjasama dengan Yayasan Trukajaya melakukan kegiatan pengabdian yang berupa kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk 4 desa binaan Yayasan Trukajaya di daerah Jawa Tengah. Materi pelatihan terkait dengan pengembangan web profil desa sebagai sarana untuk memasarkan dan mempromosikan potensi desa. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat membantu desa dalam mengembangkan website profil dan diberikan kemampuan kepada calon operator agar website yang dibangun dapat selalu memiliki informasi yang terbaharukan dan dapat dipercaya.

Tujuan dari kegiatan yang dilakukan adalah untuk memberikan pendampingan kepada masyarakat binaan Yayasan Trukajaya di daerah Jawa Tengah, yang meliputi 4 desa yaitu Desa Kaliwungu, Karangwungu, Mukiran dan Tuko dalam mengembangkan website profil desa. Website ini akan dikembangkan untuk meningkatkan pemasaran dan promosi dari potensi desa yang dimiliki oleh keempat desa tersebut.

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan pelatihan ini antara lain:

1. Memberikan pelatihan kepada masyarakat desa
2. Meningkatkan kemampuan penduduk di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi, khususnya dalam pengembangan website.
3. Melakukan transfer pengetahuan kepada operator setiap desa yang akan bertugas untuk memperbaharui informasi website profil.
4. Mendampingi peserta dalam melakukan pengembangan website sekaligus memberikan peran kepada operator untuk dapat memperbaharui website secara berkala.



METODE PELAKSANAAN

Aktivitas pelaksanaan kegiatan terdiri dari 3 tahapan yaitu koordinasi dengan mitra, tahap persiapan, tahap pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, dan evaluasi kegiatan.

1. Koordinasi Dengan Mitra

Komunikasi awal dilakukan melalui diskusi antara Tim Pengabdian FTI UKDW dengan Yayasan Trukajaya. Diskusi ini menghasilkan rumusan permasalahan yang dihadapi mitra beserta program untuk mengatasi permasalahan. Selanjutnya tim pengabdian FTI UKDW berkoordinasi dengan Yayasan Trukajaya untuk pelaksanaan kegiatan. Yayasan Trukajaya berperan sebagai komunikator dengan pihak desa dan melakukan pengaturan teknis pelatihan meliputi jadwal, tempat, pendaftaran peserta, persiapan peralatan, dan pendanaan. Sementara FTI UKDW menyediakan modul pelatihan dan fasilitator.

2. Persiapan Pelatihan

Tahap persiapan yang dilakukan tim meliputi pembuatan modul, daftar peserta penyewaan tempat, dan persiapan dan instalasi peralatan. Tahap persiapan ini dilakukan bersama antara Yayasan Trukajaya dan Tim dari FTI UKDW.

3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan akan dilaksanakan selama 3 hari, pada tanggal 29 Agustus 2017 – 31 Agustus 2017 dari pukul 08.00 – 21.00 WIB. Pelaksanaan pelatihan diadakan di kantor Yayasan Trukajaya Salatiga. Pelatihan ini diikuti oleh 10 orang peserta yang merupakan perwakilan dari Desa Kaliwungu, Karangwungu, Mukiran dan Tuko. Materi yang akan disampaikan dalam pelatihan ini meliputi: 1) Pelatihan dan pendampingan Presentasi Produk dengan Microsoft PowerPoint; 2) Pelatihan dan pendampingan pemasaran melalui Media Sosial; dan 3) Pelatihan dan pendampingan pembuatan Website dengan Wordpress.

4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur perkembangan pengetahuan peserta dan mengukur keberhasilan kegiatan. Pengukuran perkembangan pengetahuan peserta dilakukan melalui pemberian soal *pretest* dan *posttest*. Sementara evaluasi kegiatan dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan diikuti oleh 10 orang peserta yang berasal dari 4 desa yaitu desa Kaliwungu, Karangwungu, Mukiran, dan Tuko. Setiap desa mengirimkan perwakilan sebanyak 2-3 orang peserta.

1. Pertemuan 1

Program pelatihan berlangsung selama 3 hari. Pada hari pertama diajarkan tentang bagaimana membuat presentasi produk dengan menggunakan microsoft PowerPoint. Pelatihan berlangsung selama 3 jam, kemudian dilanjutkan dengan pendampingan kepada setiap kelompok peserta. Gambar 1 merupakan foto kegiatan pelatihan pada hari pertama. Sementara salah satu contoh hasil pendampingan dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3 merupakan foto peserta sedang mempresentasikan produk unggulan mereka. Setelah presentasi dengan menggunakan PowerPoint, masih pada hari pertama pada sesi malam pelatihan dilanjutkan dengan materi wordpress. Pada malam hari materi yang dipersiapkan adalah persiapan wordpress, sehingga pada keesokan hari (hari ke 2) peserta sudah siap untuk pembuatan website.



Gambar 1. Peserta mencoba membuat PowerPoint

YK Trukajaya 8/29/2017

Memanfaatkan Power Point untuk Promosi
Membuat Presentasi Produk Desa Melalui Teknologi Informasi
Membuat Trakajaya - PKC 2016

PERBEDAAN
Beras Hitam: • Sifatnya lebih keras, • Warnanya hitam
Beras Putih: • Sifatnya lebih lembut, • Warnanya putih

PERBEDAAN
Beras Hitam: • Sifatnya lebih keras, • Warnanya hitam
Beras Merah: • Sifatnya lebih lembut, • Warnanya merah

Beras Hitam
Beras Hitam

Jenis Beras Hitam
1. 100% Hitam
2. 50% Hitam

Gambar 2. Contoh Hasil Pelatihan Pembuatan Presentasi Produk Desa



Gambar 3. Peserta presentasi hasil PowerPoint yang telah dibuat



2. Pertemuan 2

Pada pertemuan hari ke 2, materi yang dibawakan adalah teknik pemasaran dengan menggunakan media sosial dan membuat website sederhana sesuai dengan modul yang ada. Karena pada hari sebelumnya para peserta sudah mendapatkan teori, maka pada pagi hari para peserta sudah bisa dengan cukup lancar membuat website sederhana dibantu oleh instruksi pada modul. Gambar 4 merupakan suasana kelas saat latihan pembuatan Website.



Gambar 4. Suasana pembuatan website dengan wordpress

Setelah membuat website sederhana selesai, maka pada malam hari peserta diajak untuk membuat pemasaran produk melalui media sosial yaitu facebook page. Suasana pembuatan dan hasil produk di halaman facebook dapat dilihat pada gambar 5 dan 6.



Gambar 5. Suasana pelatihan hari kedua yaitu membuat halaman facebook



Gambar 6. Salah satu hasil halaman facebook Peserta



3. Pertemuan 3

Pada pertemuan 3 ini peserta diberi waktu hingga pukul 12 siang untuk membuat website dan melakukan presentasi. Peserta diberi kebebasan dalam membuat halaman website, sehingga dibebaskan pula untuk memilih tempat berdiskusi dalam membuat website masing-masing. Suasana pelatihan hari ketiga dapat dilihat pada gambar 7 di bawah ini. Gambar 8 dan 9 merupakan suasana presentasi akhir dan contoh hasil website yang telah dibuat peserta.



Gambar 7. Suasana pelatihan di hari ke-3 yaitu membuat website profil



Gambar 8. Peserta mempresentasikan website hasil karya masing-masing



Gambar 9. Salah satu hasil website peserta dari desa karangwungu

4. Hasil Evaluasi kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui 2 parameter utama yaitu peningkatan pengetahuan peserta pada materi yang disampaikan dan pengukuran tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan.

Berdasarkan analisis hasil pelatihan diketahui bahwa peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuan terkait materi yang disampaikan. Peningkatan pengetahuan peserta bervariasi antara 20% sampai 60%.

Tingkat kepuasan peserta yang diukur melalui skala likert 1 sampai 5 dengan kategori 1 tidak puas sampai 5 sangat puas. Pengukuran dilakukan melalui 7 pertanyaan yang disampaikan kepada peserta melalui kuesioner. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta pelatihan merasa puas dengan pelaksanaan pelatihan. Tingkat kepuasan rata-rata terhadap semua pertanyaan adalah 4,5. Informasi rata-rata tingkat kepuasan peserta dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Informasi Rata-Rata Tingkat Kepuasan Peserta

No	Pertanyaan	Nilai Rata-Rata
1.	Tingkat Kepuasan Materi PowerPoint	4,50
2.	Tingkat Kepuasan Materi Web	4,25
3.	Tingkat Kecukupan Materi PowerPoint	4,375
4.	Tingkat Kecukupan Materi Web	4,429
5.	Cara Penyampaian Materi	4,875
6.	Sarana dan Prasarana	4,50
7.	Evaluasi Kegiatan Keseluruhan	4,625
	Rata-Rata	4,508

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan dan hasil evaluasi kegiatan dapat disimpulkan: 1) Kegiatan pelatihan pemanfaatan TIK untuk pemasaran produk unggulan desa diikuti oleh 10 orang peserta yang berasal dari 4 desa binaan Yayasan Trukajaya di Jawa Tengah; 2) Materi pelatihan meliputi penggunaan aplikasi Presentasi Microsoft PowerPoint, Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran, dan Pembuatan Website untuk Pemasaran produk unggulan desa; 3) Pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan peserta dalam penggunaan TIK untuk pemasaran; dan 4) Peserta pelatihan puas dengan kegiatan yang dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsin, S. N., Cangara, H., & Unde, A. A. (2015). Profil Desa dan Kelurahan Sebagai Sumber Informasi: Studi Evaluasi Tentang Penyediaan Informasi Potensi Desa dan Kelurahan di Sulawesi Selatan Oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat Pemerintah Desa dan Kelurahan (BPMPDK) Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 4(4), 449-267.
- Hartono, D. U., & Mulyanto, E. (2010). Electronic Government Pemberdayaan Pemerintahan dan Potensi Desa Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Informasi*, Volume 6(Nomor 1), 9-21.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Marketing Management 12th Edition, Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Jakarta: Sekretarian Negara.
- Sugiyanto, S. (2015). Membangun Website Profile Desa Kedungmalang. *Techno*, 16(1), 45-49.