

**PEMULIHAN EKONOMI MELALUI LITERASI DIGITALISASI DESA CISOKA
KABUPATEN MAJALENGKA****Tito Marta Sugema Dasuki*¹, Robi Maulana Magribi², Agustine Sulviani³, R. Neny
Kusumadewi⁴, Latief Z. Nur⁵**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

*E-mail: titodasuki@gmail.com**Abstract**

Cisoka Village has 20 UMKM engaged in food, workshops and so on. The problem faced by partners is that these products do not sell quickly because UMKM are just waiting for buyers/consumers to come to their place, in other words, partners do not understand the importance of digital marketing in an effort to increase sales. The method used in this service is a discussion forum related to the introduction of Digital Literacy education and the improvement of UMKM as well as educating promotions on social media. The output generated from this service is that partners have an understanding of the importance of digital literacy to increase UMKM, and partners have online stores in the form of whatsapp, instagram, facebook as promotional media that will be used in the process of buying and selling products. This UMKM assistance program is expected to help UMKM actors to produce good quality products and provide input to related UMKM actors and provide counseling.

Keywords: Digital Literacy, Digital Marketing; UMKM in Cisoka Village.

Abstrak

Desa Cisoka memiliki 20 UMKM yang bergerak di bidang makanan, perbengkelan dan lain sebagainya. Masalah yang di hadapi mitra yaitu hasil produksi ini tidak langsung terjual dengan cepat karena UMKM hanya menunggu pembeli/konsumen datang sendiri ke tempat mereka dengan kata lain mitra belum memahami pentingnya digital marketing dalam upaya meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah forum diskusi terkait edukasi Pengenalan Literasi Digital dan peningkatan UMKM serta mengedukasi promosi di media social. *Output* yang dihasilkan dari pengabdian ini adalah mitra memiliki pemahaman pentingnya literasi digital guna meningkatkan UMKM, serta mitra memiliki *toko online* baik dalam bentuk *whatsapp, instagram, facebook* sebagai media promosi yang akan digunakan dalam proses jual beli produk. Program pendampingan UMKM ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM dapat menghasilkan produk yang berkualitas baik dan memberikan masukan kepada para pelaku UMKM terkait serta memberikan penyuluhan.

Kata Kunci: Literasi Digital, Digital Marketing; UMKM Desa Cisoka.

Submitted: 2022-09-12

Revised: 2022-10-27

Accepted: 2022-10-31

Pendahuluan

Desa Cisoka membangun kemandirian perekonomiannya dengan berbasis kepada potensi kekayaan alam yang dimiliki, salah satunya adalah sektor pertanian. Usaha Peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Cisoka telah dilakukan melalui berbagai program dan kebijakan yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat. Potensi yang dimiliki oleh masyarakat di Desa Cisoka Kecamatan Cikijing antara lain Pertanian/Perkebunan dan UMKM. Secara umum program yang dijalankan oleh Pemerintah Daerah khususnya di desa ini meliputi pemberdayaan masyarakat dalam bertani dan peningkatan produktivitas usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan produksi budidaya hasil tani maka diperlukan upaya untuk meminimalisir serangan hama dan penyakit pada tanaman, yang dapat dilakukan dengan menerapkan pola pertanian yang baik, terutama mengantisipasi kondisi iklim yang tidak menentu serta melakukan pengendalian terhadap hama dan penyakit pada tanaman. Berdasarkan kondisi ini, maka salah satu alternatif pengendalian hama dan penyakit tanaman yang dianggap ramah lingkungan dan tidak menimbulkan bahaya keracunan terhadap produk panen, lingkungan ekosistem, dan keselamatan manusia, adalah menggunakan pestisida yang berasal dari tumbuhan. Tumbuhan ini merupakan tumbuhan yang tumbuh disekitar areal pertanian dan pemukiman yang berpotensi sebagai agen pengendali hama dan penyakit tanaman. Hal ini selain

murah atau bahkan tidak perlu mengeluarkan biaya, juga mudah didapat dan mudah dilakukan dan dipraktikkan oleh petani.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, mendapatkan bahwa jumlah UMKM yang ada di Kecamatan Cikijing, khususnya di Desa Cisoka berjumlah 20 (dua puluh) UMKM. UMKM ini telah melakukan berbagai macam jenis usaha yang terdiri dari usaha kue dan makanan, usaha perbengkelan, usaha jasa percetakan, dan lain sebagainya. Tapi realita yang ada, pengelolaan UMKM ini belum mampu menjalankan usaha dengan lancar, karena tidak adanya proses manajemen yang baik, masalah permodalan, promosi yang tidak optimal, serta keterampilan masyarakat dalam bermedia digital dan penggunaan teknologi masih belum merata. Masalah yang paling umum dihadapi oleh UMKM di desa ini umumnya adalah hasil produksi ini tidak langsung terjual dengan cepat karena UMKM hanya menunggu pembeli/konsumen datang sendiri ke tempat mereka. Pembelinya hanya masyarakat sekitar yang memang sudah tahu tentang keberadaan produksi/usaha tersebut. Hal ini mengakibatkan sulitnya suatu usaha untuk berkembang menjadi usaha yang lebih besar dan bertahan seiring waktu berjalan. Maka masyarakat UMKM tidak mengetahui dengan pasti bagaimana agar usaha mereka dapat bertahan menjadi usaha jangka panjang dan mengembangkan usaha mereka, ataupun meningkatkan pemberdayaan SDM Lokal di daerah tersebut hingga pemanfaatan teknologi.

Salah satu upaya telah dilakukan untuk mendorong peningkatan dan pemerataan kecakapan literasi digital masyarakat Indonesia adalah dengan bekerjasama dengan Pandu Digital. Pandu Digital merupakan salah satu program Kementerian Komunikasi dan Informatika, dimana masyarakat yang memiliki kemampuan dasar di bidang digital dan memiliki keinginan untuk memberdayakan diri membantu masyarakat dibentuk menjadi pendamping/pengajar/pelatih di bidang digital untuk kemudian membantu Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam berbagai kegiatan, salah satunya adalah literasi digital. Selain literasi digital, Pandu Digital juga mendorong digitalisasi di beberapa sektor, yaitu Pendidikan, Pertanian, Perikanan, Desa dan IKM/UMKM dengan cara mengedukasi masyarakat. Sasaran berbagai kegiatan Pandu Digital adalah kelompok produktif ekonomi maupun non produktif ekonomi.

Salah satu strategi dari pelaksanaan Pandu Digital pada tahun ini adalah kolaborasi. Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan yang berisikan pendidik dan mahasiswa dianggap mitra yang tepat untuk mendorong peningkatan dan pemerataan kecakapan literasi digital masyarakat Indonesia. Pengetahuan, keterampilan dan motivasi untuk memberdayakan diri adalah salah satu nilai unggul yang dimiliki sivitas akademika.

Tim PKM bersama mahasiswa KKN-T melakukan Kegiatan pendampingan dan KKN-T literasi digital yang merupakan salah satu alternatif pilihan yang ditawarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika kepada perguruan tinggi dalam rangka mendorong percepatan pembangunan di desa dan peningkatan kualitas sumber daya manusia di desa melalui penggunaan digital. Literasi digital ini diharapkan bukan hanya berkontribusi untuk memperkuat masyarakat dan pemerintah desa dalam peningkatan pengetahuan dan pemahaman bagi masyarakat desa, tetapi juga diharapkan dapat membuka peluang ekonomi baru di desa sebagai salah satu bentuk dampak positif dari penggunaan digital. Target 250.000 masyarakat terliterasi digital melalui kolaborasi antara Kementerian Komunikasi dan Informatika, Perguruan Tinggi dan Pandu Digital ini diharapkan dapat terwujud sebelum tahun 2022 berakhir. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan perangkat Desa Cisoka dan masyarakat desa, ditemukan beberapa permasalahan maupun potensi yang bisa dikembangkan di wilayah Desa Cisoka. Permasalahan tersebut akan dijabarkan pada tabel 1.

Table 1 Permasalahan di Desa Cisoka

No	Permasalahan	Lokasi	Sumber (P/M/D)*
1.	Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya Literasi Digital	Cisoka	M
2.	Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai strategi pemasaran produk yang efektif	Cisoka	M

Keterangan:

- P = Perangkat Desa
M = Masyarakat
D = Dinas Instansi Vertikal

Metode

Metode yang ditawarkan dalam pemecahan masalah yang dihadapi mitra setelah berdiskusi dengan tim PKM dan mahasiswa KKN-T maka didapat metode seperti pada tabel dibawah ini :

Table 2 Metode
Perencanaan program tindak lanjut

No	Rencana Kegiatan	Luaran
1.	Forum Diskusi Peningkatan UMKM dan Pengenalan Literasi Digital	Memberikan pemahaman dalam menggunakan strategi digital marketing dan alat bermedia social yang baik dan benar.
2.	Mempromosikan UMKM Setempat Melalui Media Sosial.	Memberikan informasi terkait UMKM Desa Cisoka kepada masyarakat luar melalui media sosial.

Metode yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini yaitu berupa Forum Diskusi mengenai Pengenalan literasi digital yang akan disampaikan oleh Tim PKM dalam pertemuan pertama. Pertemuan selanjutnya diarahkan untuk membuat media sosial seperti *facebook* dan *instagram* guna membantu UMKM agar dapat memperkenalkan produknya lewat media sosial. Metode yang diberikan adalah bentuk hasil pemikiran bersama guna memecahkan permasalahan yang dihadapi mitra pada saat ini.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM ini dilakukan awalnya hanya satu bulan bersamaan dengan kegiatan KKN-T dimana salah satu dari tim merupakan Dosen Pembimbing Lapangan yang kemudian setelah penggalian potensi menghasilkan beberapa permasalahan yang membutuhkan pendampingan lanjutan dari kegiatan tersebut. Adapun kegiatan PKM yang tim lakukan seperti Nampak pada tabel 3.

Tabel 3 Hasil Pelaksanaan

No	Nama Program Kegiatan	Hasil
1.	Forum Diskusi Peningkatan UMKM dan Pengenalan Literasi Digital	Program ini terlaksana sesuai dengan rencana, masyarakat dapat memahami adat bermedia sosial, memanfaatkan internet dalam mengakses informasi serta menerapkan strategi digital marketing terhadap usaha yang dijalankan.
2.	Mempromosikan UMKM Setempat Melalui Media Sosial.	Tersampainya informasi terkait UMKM Desa Cisoka kepada masyarakat luar melalui media sosial.

Adanya UMKM memberikan dampak yang cukup penting bagi desa maupun masyarakat

karena dapat meningkatkan perekonomian desa seperti meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan dan memperkecil angka pengangguran di desa. Maka dari itu UMKM memiliki peran yang cukup penting di desa. Mengingat bahwa UMKM bermanfaat bagi desa, maka dari itu kami mempunyai rencana dalam mengembalikan marwah UMKM yang sudah ada namun belum bisa muncul ke permukaan (Purwanti,2012).

UMKM yang kami ketahui di Desa Cisoka terdapat enam UMKM yang bersifat mandiri, yaitu sale pisang, saroja, rengginang, keripik pisang, kue bolen, dan kue stick yang memproduksi hasil bumi yang diolah menjadi suatu produk yang layak jual. Kami berencana untuk melakukan pendampingan UMKM dengan menitikberatkan pada kegiatan pemasaran melalui promosi di media digital. Sebelum melakukan pendampingan kami akan melakukan observasi dan beberapa kajian tertentu sesuai dengan kebutuhan.



Gambar1. Seminar Literasi Digital

Untuk Digital Marketing dengan cara memperkenalkan sentuhan digitalisasi seperti penjualan melalui media sosial, diantaranya melalui media Facebook, Instagram, hingga Whatsapp namun fitur GoFood dan Gojek belum dapat diakses dan digunakan secara aktif di desa ini meskipun kedua aplikasi tersebut sangat ramai digunakan dan menjadi potensi keuntungan tambahan, khususnya dalam mempromosikan produk yang diperjualkan. Selain itu, kami juga membantu warga desa agar mendaftarkan toko di Google Maps dengan berbagai manfaat seperti :

- Kemudahan konsumen untuk menemukan lokasi usaha
- Memberikan titik lokasi yang akurat kepada konsumen
- Mendapatkan fitur "Google Bisnisku"

Dalam implementasi pelaksanaannya kegiatan pendampingan UMKM dilakukan dengan tahap observasi serta pengumpulan beberapa data berupa data primer maupun data sekunder.



Gambar 2. Penggalian Potensi dan Forum diskusi Promosi Media Sosial

Data yang di gali dalam observasi ini mengenai profil dari UMKM seperti data sejarah, data struktur organisasi atau data-data informasi terkait dengan biaya produksi dan data lainnya. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari obyek karena data-data ini biasanya diperoleh dari buku-buku, internet dan sumber lainnya. Menurut (Rosdiana et al., 2020) bahwa proses pengumpulan data dilakukan dengan dua cara :

- a. Studi lapangan yakni studi yang di lakukan untuk memperoleh suatu informasi langsung dari obyek yang di amati. Adapun cara yang di gunakan dalam proses ini dengan menggunakan metode wawancara dan observasi.
- b. Studi kepustakaan yakni teknik mengumpulkan suatu informasi yang nantinya akan di elaborasi dengan hasil dari pengamatan studi kelayakan dengan literatur-literatur, teori-teori dan sumber bahan bacaan lainnya.

Pelaksanaan dapat dilakukan setelah data-data yang di butuhkan terkumpul dan di cermati lalu di analisis yang nantinya akan memperoleh suatu pengetahuan baru dan menjadi tolak ukur juga gambaran atas kegiatan apa yang akan dilakukan selanjutnya. Setelah mendapatkan data-data yang diperlukan tahapan selanjutnya adalah dengan ikut serta dalam proses produksi dimana kami melihat bagaimana tata cara proses pembuatan suatu produk. Proses produksi merupakan bagian penting dalam bisnis karena melibatkan tenaga manusia, bahan juga peralatan untuk dapat menghasilkan suatu produk dalam hal ini peran manajemen operasional sangat mempengaruhi hasil kualitas dari suatu produk, dengan demikian adanya program pendampingan UMKM ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM dapat menghasilkan produk yang berkualitas baik. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan cara memberikan masukan kepada para pelaku UMKM terkait, dan memberikan penyuluhan juga sedikit bantuan terkait peralatan yang dapat membantu proses produksi.

Kesimpulan

Hasil dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik Desa Cisoka Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka, dengan mengangkat tema "Pemulihan Ekonomi dan Optimalisasi Sumberdaya Lokal Desa Menuju Ketahanan Pangan". Terselenggaranya program KKN-Tdi Desa Cisoka dengan fokus yang disampaikan yaitu pada bidang ekonomi adalah melakukan pendampingan kepada pelaku Usaha Miko Kecil Menengah (UMKM) di Desa Cisoka dengan beberapa strategi untuk meningkatkan UMKM desa, yaitu dengan memanfaatkan internet untuk mengakses berbagai macam informasi yang berguna, menerapkan strategi pemasaran melalui digital marketing hingga budaya penggunaan media sosial yang baik. Adapun rekomendasi yang tim PKM dan mahasiswa KKN-T berikan berupa :

- a. Untuk pemerintah Desa Cisoka
 - 1) Mengadakan infrastruktur untuk sektor kebersihan dan UMKM

- 2) Membantu peran dari karang taruna sebagai penggerak di lapangan dalam kegiatan yang bersifat membangun.
- b. Untuk UMKM Desa Cisoka
 - 1) Bekerjasama dalam membangun perekonomian yang maju.
 - 2) Berperan aktif dalam pemasaran melalui media sosial.

Daftar Pustaka

- Abidin RR. The determinants of parenting behavior. *J Clin Child Psychol.* 1992;21(4):407– 12.
Jurnal Government Ilmu Pemerintahan, 1.
- Kominfo. 2022. Buku Saku Kuliah Kerja Nyata Literasi Digital. Diakses tanggal 18 Agustus 2022 pukul 16.37 WIB.
- Pramudyani AVR. The Effect of Parenting Styles for Children’s Behaviour on Using Gadget at Revolution Industry. *J Obs J Pendidik Anak Usia Dini.* 2020;5(1):51–9.
- Purwanti, E. (2012). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga.* 5(9).
- Purwanti, E. (2012). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga.* 5(9).
- Rosdiana, Y. M., Iriyadi, I., & Wahyuningsih, D. (2020). Pendampingan Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi UMKM Heriyanto Melalui Analisis Biaya Kualitas. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, 1*(1), 1–10. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i1.311>
- Rosdiana, Y. M., Iriyadi, I., & Wahyuningsih, D. (2020). Pendampingan Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi UMKM Heriyanto Melalui Analisis Biaya Kualitas. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, 1*(1), 1–10. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i1.311>
- Sistem Jaminan Keamanan dan Mutu Pangan Olahan Di Sarana Peredaran
- Suhardiman Syamsu, S. Sos., M. S. (2008). *Memahami Perkembangan Desa Di Indonesia.*
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945
- Undang-Undang Nomor 6 tahun 2014 tentang Desa
- Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Undang-Undang Nomor 19 tahun 2013 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah