

## Pengenalan dan Pelatihan Pemanfaatan Teknologi untuk Mengembangkan Potensi Desa

Yati Nurhayati<sup>1\*</sup>, Siti Maesyaroh<sup>2</sup>, Gentur Priguna<sup>3</sup>, Fauziah<sup>4</sup>

<sup>1\*, 2, 3</sup>(Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan, Indonesia)

<sup>4</sup>(Manajemen Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan, Indonesia)

### Article History

**Diajukan:** 12/04/2022

**Diterima:** tgl/bln/thn

**Diterbitkan:** tgl/bln/thn

#### Kata Kunci:

Produk Unggulan,  
Mekarjaya, E-Marketing.

#### Keyword:

Best Product, Mekarjaya,  
E-Marketing

#### \*Corresponding author

Siti Maesyaroh  
e-mail korespondensi:  
[yati.nurhayati@uniku.ac.id](mailto:yati.nurhayati@uniku.ac.id)

### Abstrak

Produk unggulan daerah, merupakan produk berupa jasa dan barang dengan keunikan/ciri khas di tingkat desa/setingkat desa, kecamatan, kabupaten, dan provinsi, yang dihasilkan oleh koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Desa Mekarjaya adalah salah satu desa di Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Mata pencaharian penduduk desa mekarjaya sebagian besar bertani. Besarnya hasil pertanian maupun perkebunan yang dimiliki oleh desa Mekarjaya saat ini belum dikemas dan diolah serta dipasarkan menggunakan teknologi informasi sehingga pangsa pasar masih terbatas. Padahal, hasil pertanian dan perkebunan desa mekarjaya dapat dikembangkan menjadi produk unggulan yang dapat meningkatkan nilai jual bagi masyarakat desa. Sehingga dibutuhkan sebuah seminar dan pelatihan bagi masyarakat khususnya umkm dan bumdes mengenai pentingnya teknologi informasi khususnya di bidang pemasaran (e-marketing). Melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini maka diharapkan Desa Mekarjaya dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan potensi desa khususnya di bidang pemasaran produk unggulan desa sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan bagi masyarakat.

### Abstract

Regional superior products, are products in the form of services and goods with uniqueness / characteristics at the village level / village level, sub-districts, regencies, and provinces, produced by cooperatives and small and medium-sized micro enterprises (MSMEs). Mekarjaya Village is one of the villages in Ciawigebang District of Kuningan Regency which has great potential to develop. The work of mekarjaya villagers is mostly farming. The amount of agricultural and plantation products owned by Mekarjaya village is currently not packaged and processed and marketed using information technology so that market share is still limited. In fact, the agricultural products and plantations of mekarjaya village can be developed into superior products that can increase the selling value for the village community. So it takes a seminar and training for the community, especially msms and bumdes about the importance of information technology, especially in the field of marketing (e-marketing). Through this Community Service (PKM) program, it is hoped that Mekarjaya Village can utilize technology to develop the potential of the village, especially in the field of marketing village superior products so that it can help increase income for the community.

## 1. PENDAHULUAN

Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur

dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. (Akah, 2019)

Produk unggulan daerah, merupakan produk berupa jasa dan barang dengan keunikan/ciri khas di tingkat desa/setingkat desa, kecamatan, kabupaten, dan provinsi, yang dihasilkan oleh koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Para pelaku usaha berupaya memanfaatkan dan mengoptimalkan potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun potensi budaya lokal. untuk mengembangkan produknya agar mudah dikenal, mudah didapat, dan berdaya saing yang tinggi. (Ristek Dikti, 2017)

Desa Mekarjaya adalah salah satu desa di Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Matapencaharian penduduk desa mekarjaya sebagian besar bertani. Besarnya hasil pertanian maupun perkebunan yang dimiliki oleh desa Mekarjaya saat ini belum dikemas dan diolah serta dipasarkan menggunakan teknologi informasi sehingga pangsa pasar masih terbatas. Padahal, hasil pertanian dan perkebunan desa mekarjaya dapat dikembangkan menjadi produk unggulan yang dapat meningkatkan nilai jual bagi masyarakat desa.

Pada 2009, Heidrick dan Struggles mengemukakan, digital marketing adalah perkembangan dari pemasaran online melalui web, perangkat games dan telepon genggam. Tujuannya, menawarkan akses baru terkait metode promosi dan periklanan yang memiliki pengaruh besar untuk menarik perhatian orang lain, dalam hal ini calon pelanggan. (redcomm, 2021).

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah dijelaskan di atas serta sebagai kontribusi secara nyata Tridarma Perguruan Tinggi yang diwujudkan melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini maka diharapkan Desa Mekarjaya dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan potensi desa khususnya di bidang pemasaran produk unggulan desa sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan bagi masyarakat

## 2. METODE

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Mekarjaya Kec. Ciawigebang Kab. Kuningan Prov. JawaBarat. Dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 10 November 2021 sampai dengan Sabtu, 12 November 2021. Adapun metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan mitra melalui pelatihan. Adapun metode dalam pelatihan yang digunakan adalah :

### a. Ceramah

Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan mengenai Teknologi Informasi dan perkembangannya serta e-marketing (digital marketing)

### b. Tanya Jawab

Pada metode ini, peserta pelatihan dapat memberikan pertanyaan ketika pelatihan berlangsung dan akan langsung dijawab oleh pelatih. Hasil akhir dari metode ini dapat menggali pengetahuan sebanyak-banyaknya mengenai penerapan teknologi informasi dalam pemasaran produk.

### c. Simulasi

Metode simulasi digunakan agar para peserta dapat belajar secara langsung melalui praktek secara langsung. Hasil akhirnya diharapkan peserta dapat lebih menguasai materi yang diajarkan serta mengetahui sampai sejauh mana tingkat penguasaan peserta.

Adapun tahapan solusi dari permasalahan adalah :

### a. Menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh peserta pelatihan melalui analisis situasi menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi pustaka.

### b. Tahap Persiapan

Tim Kegiatan PKM dan Mitra melakukan komunikasi dan koordinasi untuk menentukan serta melihat kesiapan Sumber Daya Manusia dan Perlengkapan yang dibutuhkan untuk kegiatan Pelatihan

### c. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, dilakukan pelatihan, adapun materi pelatihan berupa :

- Seminar dan Penyuluhan pentingnya Teknologi Informasi serta perkembangan Teknologi Informasi. Dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 10 November 2021.
  - Penyuluhan mengenai teknologi (e-commerce) apa saja yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online (e-marketing). Dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 11 November 2021.
  - Pelatihan penggunaan media e-commerce untuk mendaftarkan produk-produk unggulan yang dimiliki. Dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 12 Nnoverber 2020.
- d. Tahap Monitoring dan Evaluasi  
Monitoring dan evaluasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana materi dapat diserap oleh peserta kegiatan dan sejauh mana penerapan pengetahuan yang telah diperoleh dari kegiatan pelatihan.
- e. Tahap Pelaporan  
Pada tahap ini Tim Kegiatan PKM membuat laporan mengenai kegiatan PKM yang telah dilaksanakan untuk dilaporkan kepada Program Studi Teknik Informastika dan LPPM Universitas Kuningan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Adapun hasil dari kegiatan Pengabdian yang telah dilaksanakan ini dapat dilihat melalui Teknik pengumpulan data, permasalahan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap monitoring dan evaluasi.
- Tahap Pengumpulan Data, adapun Teknik yang digunakan adalah :
    - Wawancara, pada teknik ini, data diperoleh dari hasil tanya jawab dengan Kepala Desa Mekarjaya dengan menganalisis bagaimana pemasaran dari hasil UMKM desa mekarjaya.
    - Observasi. Pada Teknik ini, data diperoleh dari hasil observasi untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan pemanfaatan Teknologi Informasi oleh UMKM Desa Mekarjaya.
    - Studi Pustaka. Studi Pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang terkait dengan permasalahan yang diteliti dengan mempelajari dokumen-dokumen maupun literatur yang terkait dengan permasalahan yang diteliti khususnya buku referensi mengenai e-marketing dan literatur lainnya yang terkait dengan kegiatan PkM ini.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, maka permasalahan yang dihadapi Mitra sebagai berikut :

- Pemasaran masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pasar kurang luas.
  - UMKM belum mengetahui dan memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasarannya.
- b. Tahap Persiapan  
Adapun hasil dari tahap persiapan :
- Peserta pelatihan adalah UMKM di Desa Mekarjaya
  - Materi Pelatihan
  - Handphone untuk mengakses media e-marketing yang tersedia
  - Waktu pelatihan dijadwalkan selama 3 hari pada Rabu s.d Jumat
- c. Tahap Pelaksanaan.  
Pada tahap ini, kegiatan pelatihan dilakukan dengan memberikan materi berupa :
- Seminar dan Penyuluhan pentingnya Teknologi Informasi serta perkembangan Teknologi Informasi. Dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 10 November 2021.
  - Penyuluhan mengenai teknologi (e-commerce) apa saja yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online (e-marketing). Dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 11 November 2021.
  - Pelatihan penggunaan media e-commerce untuk mendaftarkan produk-produk unggulan yang dimiliki. Dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 12 November 2020

Metode yang digunakan pada tahap pelaksanaan ini adalah metode ceramah, tanya jawab dan simulasi/praktek serta latihan menyelesaikan kasus sesuai materi yang diberikan



Gambar 1. Penjelasan Media E-Commerce



Gambar 2. Pelatihan Media E-Commerce

d. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dari hasil kegiatan dilaksanakan melalui sesi tanya jawab pada saat kegiatan berlangsung

#### 4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan PKM ini adalah:

- a. Bertambahnya wawasan bagi peserta PkM mengenai pentingnya Teknologi Informasi serta perkembangan Teknologi Informasi.
- b. Bertambahnya wawasan bagi peserta PkM mengenai teknologi (e-commerce) apa saja yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online (e-marketing)
- c. Bertambahnya wawasan bagi peserta PkM mengenai penggunaan media e-commerce untuk mendaftarkan produk-produk unggulan yang dimiliki

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Kuningan melalui LPPM Universitas Kuningan yang telah memberi dukungan *financial* terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh perangkat Desa Mekarjaya khususnya UMKM Desa Mekarjaya yang telah membantu dalam kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Iqbal, Muhamad. 2017. *Mengembangkan Imajinasi Anak*. s.l. : Kemdikbud.
- Roedavan, Rickman. 2014. *Unity Tutorial Game Engine*. Bandung : Informatika.
- Suryana, Dadan. 2016. *Dasar-dasar Pendidikan TK*. In: *Hakikat Anak Usia Dini*. Jakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Terbuka.

#### Peraturan Perundang-Undangan

Undang–Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1, butir 14: Pendidikan Anak Usia Dini

DOI:

Undang–Undang Nomor 5 Tahun 1990 (Pasal 40) hukuman pidana bagi pihak-pihak yang memperjualbelikan hewan yang dilindungi

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1999 Pasal 4 ayat (2) Peraturan Pemerintah tentang Pengawetan Jenis Tumbuhan dan Satwa (“PP 7/1999”)

Undang-Undang Pasal 21 ayat (2) Konservasi Sumber Daya Alam Hayati.