

Digitalisasi Pelayanan Publik dan Digital Marketing Produk UMKM Desa Karangpakel, Kec. Trucuk, Kab. Klaten

Ibnu Utomo Wahyu Mulyono¹, Ajib Susanto², Karis Widyatmoko³, Novita Kurnia Ningrum⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

Artikel Info

Kata kunci:

Digitalisasi
Layanan
Warga
Produk
UMKM

ABSTRAK

Transformasi digital yang dicanangkan oleh pemerintah belum tercapai sesuai rencana, dibutuhkan komitmen dari pemerintahan daerah sampai pemerintahan desa, dibutuhkan kolaborasi untuk mewujudkan hal tersebut. Desa Karangpakel merupakan desa yang belum memiliki sarana digitalisasi layanan publik dan belum ada saluran informasi seputar kegiatan desa serta belum optimalnya promosi dan penjualan produk desa melalui *digital marketing*. Pendampingan digitalisasi bertujuan agar layanan warga dapat dilakukan secara daring dan pemasaran serta penjualan produk dapat dilakukan melalui web desa. Hasil yang dicapai berupa website desa untuk layanan publik dan penjualan produk UMKM desa melalui lapak desa, web *e-commerce* dan sosial media.

Author Korespondensi :

Ibnu Utomo Wahyu Mulyono,
Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131
Email: ibnu.utomo.wm@dsn.dinus.ac.id

1. PENDAHULUAN

Desa merupakan salah satu penyangga dari perekonomian nasional saat terjadi pandemi Covid-19 dalam kurun waktu dua tahun terakhir[1]. Kondisi ini dapat dilihat dari peningkatan dana desa dari tahun ke tahun, pada tahun 2021 APBDes naik hingga Rp. 1,6 Milyar per desa, tingginya APBDes ini meningkatkan pendapatan per kapita warga desa karena ada program padat karya tunai desa dan juga adanya proyek infrastruktur level desa. Pengangguran terbuka di desa juga terkendali jika dibandingkan dengan tingkat pengangguran di kota, di desa tetap rendah naik dari 3,92% menjadi 4,71% dibandingkan dengan kota cukup tinggi dari angka 6,29% menjadi 8,98%[1].

Desa merupakan target percepatan infrastruktur digital yang diarahkan langsung oleh Presiden Joko Widodo agar memenuhi kebutuhan akses internet di wilayah desa[2] sehingga terwujud ekosistem ekonomi digital di tingkat desa. Tidak hanya infrastruktur fisik peningkatan sumber daya manusia juga ditingkatkan terutama pada BUMDes yang baru merintis usaha di bidang Teknologi Informasi dan Komputer (TIK) melalui berbagai pelatihan jaringan, instalasi jaringan sehingga dapat memperluas jangkauan internet tentunya bekerjasama dengan *Internet Service Provider (ISP)* dan para ahli lainnya.

Pelaku usaha rumahan atau UMKM desa dengan infrastruktur internet yang sudah tersedia diberikan berbagai pendampingan dan pelatihan penggunaan teknologi *digital*, pemasaran *online*, desain kemasan serta penggunaan aplikasi *marketplace*[3] dalam rangka meningkatkan produktivitas masyarakat desa[2]. Akan tetapi transformasi digital yang dicanangkan oleh pemerintah belum tercapai sesuai rencana, dibutuhkan komitmen dari pemerintahan daerah sampai pemerintahan desa, dibutuhkan kolaborasi untuk mewujudkan hal tersebut sehingga desa akan dapat memenuhi kebutuhan layanan publik secara *online* yang mudah dijangkau oleh warga desa.

Transformasi digital yang dicanangkan pemerintah sampai ke desa adalah implementasi dari konsep *Society 5.0* (Masyarakat 5.0) yang merupakan istilah kecerdasan masyarakat yang mana ruang fisik dan dunia maya sangat terintegrasi[4]. Hadirnya konsep Masyarakat 5.0 berdampak positif dalam memecahkan permasalahan sosial dan pembangunan ekonomi. Mampu membantu untuk meningkatkan produksi dan mengurangi pengangguran, dengan dukungan berkelanjutan dari industrialisasi, redistribusi kekayaan, sampai

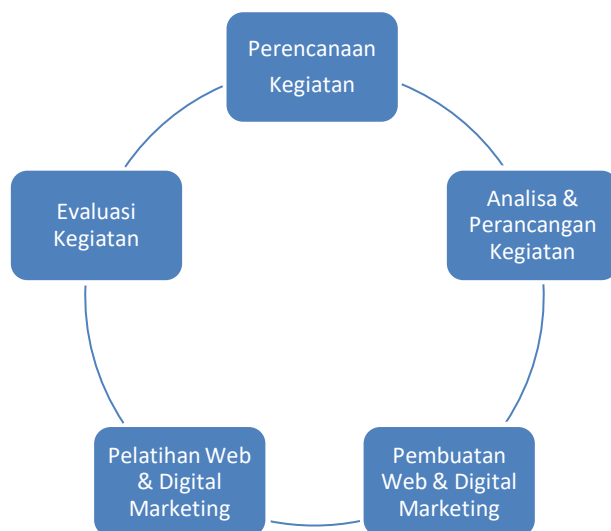
dengan mengurangi adanya ketimpangan sosial. Dengan begitu, *society 5.0* dapat mewujudkan tercapainya pembangunan ekonomi dan menjadi solusi bagi permasalahan sosial secara paralel[5].

Desa Karangpakel, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten adalah salah satu desa binaan Dinas Pemuda dan Olahraga (Disporapar) Provinsi Jawa Tengah dengan ditempatkannya 2 orang peserta Program Pengembangan Kepedulian dan Kepeloporan Pemuda (PKKP) tahun 2022. Desa Karangpakel memiliki penduduk berjumlah 5.444 dimana pemudanya berjumlah 1.211 yang memiliki berbagai kegiatan di desa baik dari pertanian, peternakan, kerajinan dan usaha rumahan/UMKM. Berbagai kegiatan kepemudaan melalui karangtaruna, kelompok tani, BUMDes belum berjalan secara maksimal, kegiatan dan potensi desa belum dikenalkan terutama belum memanfaatkan teknologi *digital* saat ini. Layanan pemerintahan desa kepada warga berupa sistem informasi desa[6] juga masih belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi sehingga informasi dan berbagai hal tentang perkembangan desa, produk desa, potensi desa dan berbagai kebutuhan untuk peningkatan produktivitas belum terlayani dengan baik.

Produk desa yang sudah dihasilkan UMKM desa yang memiliki kelompok 5-10 orang seperti Sale Pisang, Keripik Tempe Andalan, *Eco Enzym* dan di bidang pertanian membuat pupuk organik dan pestisida organik masih dipasarkan dengan melalui kegiatan expo seperti kegiatan expo di Solo dalam acara *Inspire Youth Expo 2022* pada kegiatan *2022 ASEAN Para Games* dan masih melalui grup-grup media sosial belum dilakukan secara maksimal dengan konsep *digital marketing*[7] dengan menambahkan inovasi produk maupun desain kemasan dan pemasangan iklan di berbagai *platform* media sosial dan jejaring sosial dengan proses digitalisasi[8] kemasan produk yang menarik calon pembeli. Hal ini perlu pendampingan bagi pelaku UMKM Desa agar jangkauan pemasaran dan penjualan lebih luas dengan memanfaatkan *internet marketing*[9] maupun *digital marketing*[10] dengan data pengguna internet di Indonesia 204,7 juta, pengguna sosial media 191,4 juta[11][12] merupakan potensi yang sangat baik untuk melakukan pemasaran dan penjualan secara *online*.

2. METODE

Pelatihan dan pendampingan layanan digital dan *digital marketing* UMKM desa Karangpakel dilaksanakan dengan tahapan[13] pada Gambar 1 di bawah ini :



Gambar 1. Metode Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat

Penjelasan dari rangkaian tahap pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan

Menyusun rencana kegiatan untuk pembuatan web desa untuk layanan *digital* dan pendampingan digitalisasi produk UMKM melalui *digital marketing*.

2. Analisa dan Perancangan Kegiatan

Menganalisa dan merancang kegiatan untuk pembuatan web desa untuk layanan *digital* dan pendampingan digitalisasi produk UMKM melalui *digital marketing*.

3. Pembuatan Web dan *Digital Marketing*

Proses pembuatan web desa untuk layanan *digital*, instalasi kebutuhan aplikasi, mengisi konten web desa, menambahkan fitur sesuai kebutuhan desa, melakukan uji coba ke berbagai pengguna untuk memperoleh umpan balik, serta menyusun langkah untuk kegiatan *digital marketing* UMKM.

4. Pelatihan Web dan *Digital Marketing*

Web desa yang sudah terunggah dan sudah sesuai kebutuhan kemudian dilakukan pelatihan penggunaan web untuk pengelola dan pelatihan *digital marketing* untuk produk UMKM desa.

5. Evaluasi Kegiatan

Kegiatan yang sudah dijalankan dilakukan evaluasi dan monitoring untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan mendapatkan umpan balik dari pengguna untuk memaksimalkan kinerja web dan hasil *digital marketing* produk desa.

3. PEMBAHASAN HASIL

Berikut ini kegiatan digitalisasi layanan warga dan produk UMKM desa yang dilakukan sesuai dengan tahapan pelaksanaan yang sudah tersusun sebelumnya.

3.1. Perencanaan Kegiatan

Kegiatan terbagi menjadi 2 (dua) yaitu membangun web desa dan pendampingan *digital marketing*. Dalam pembangunan web desa menggunakan OpenSID yaitu Sistem Informasi Desa (SID)[6] yang sifatnya terbuka dapat digunakan oleh siapapun. Tahapan yang dilakukan dengan instalasi web server, pembuatan database, instalasi OpenSID, menyiapkan halaman utama web, menyusun menu pengguna, dan menyiapkan data yang akan ditampilkan di web desa.

Rencana kegiatan pendampingan *digital marketing* dengan tahapan menganalisa dan mengumpulkan data produk UMKM desa, menyusun materi dan selanjutnya memberikan pelatihan langsung kepada pelaku UMKM desa.

3.2. Analisa dan Perancangan Kegiatan

Pada tahap ini dibuat rancangan web desa sesuai kebutuhan desa dengan fitur yang tersedia di OpenSID kemudian dilakukan penyesuaian berdasarkan kebutuhan desa, berikut ini fitur yang disediakan :

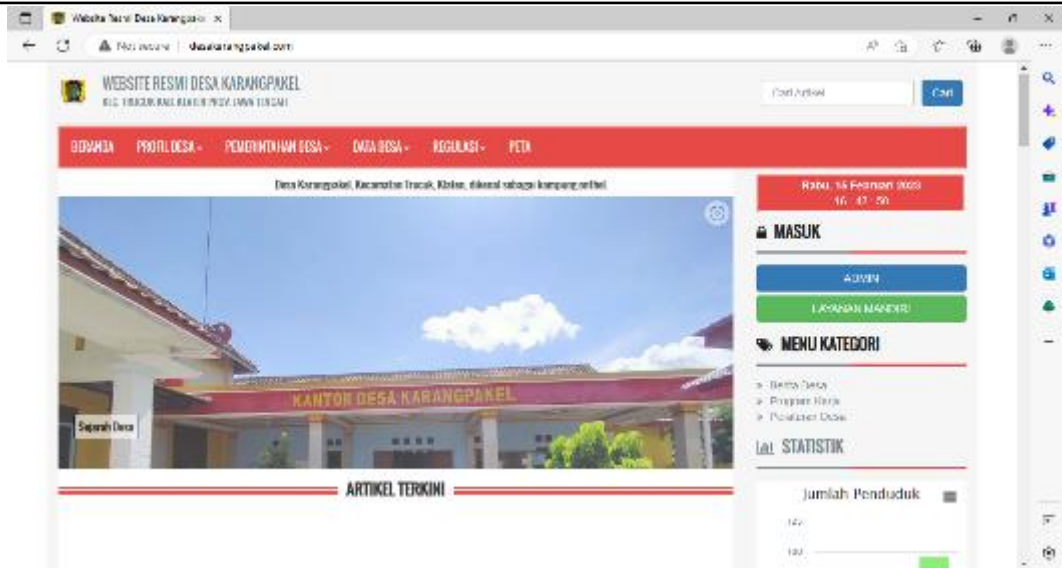
- a. Beranda
- b. Profil Desa
- c. Pemerintahan Desa
- d. Data Desa
- e. Regulasi
- f. Peta
- g. Lapak Desa
- h. Artikel terkini
- i. Galeri
- j. Peta Wilayah Desa
- k. Layanan mandiri

Kegiatan *digital marketing* yang dilaksanakan pada tahap ini meliputi :

- a. Analisis situasi
- b. Menyusun strategi *digital marketing*
- c. Menentukan tujuan
- d. Strategi e-marketing (produk, harga, saluran distribusi, promosi)
- e. Rencana pelaksanaan
- f. Menyusun anggaran
- g. Rencana evaluasi

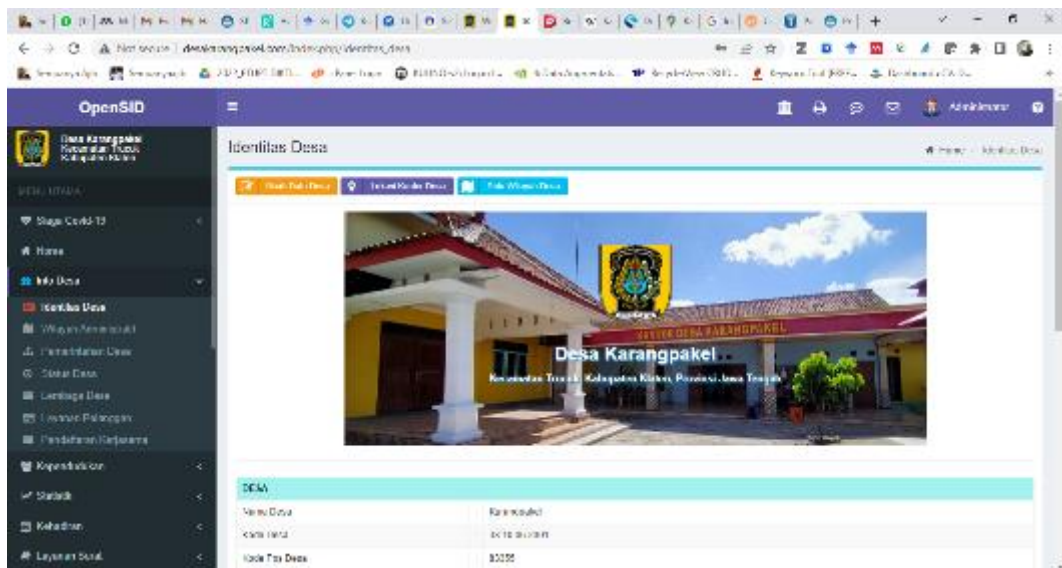
3.3. Pembuatan Web dan *Digital Marketing*

Proses instalasi web desa dengan sebelumnya menyiapkan domain dan *hosting* serta database yang sudah dibuat, kemudian menyusun menu atau *link* yang disesuaikan dengan kebutuhan sehingga menghasilkan tampilan awal seperti Gambar 2 di bawah.



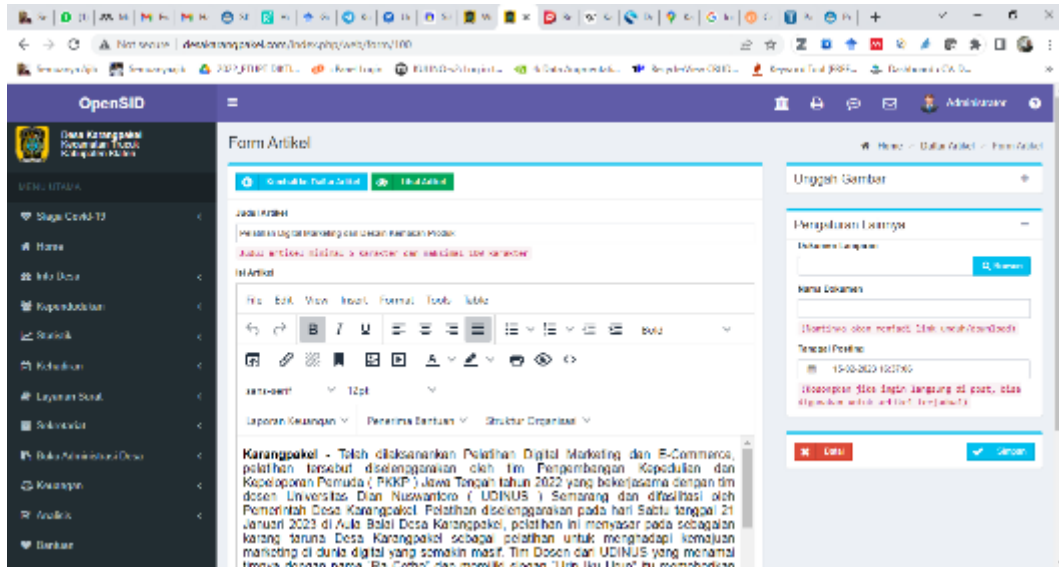
Gambar 2. Halaman Utama Web Desa Karangpaku

Pada Gambar 3 di bawah ini adalah proses untuk mengubah identitas desa, wilayah, pemerintahan desa, status desa dan lembaga desa.

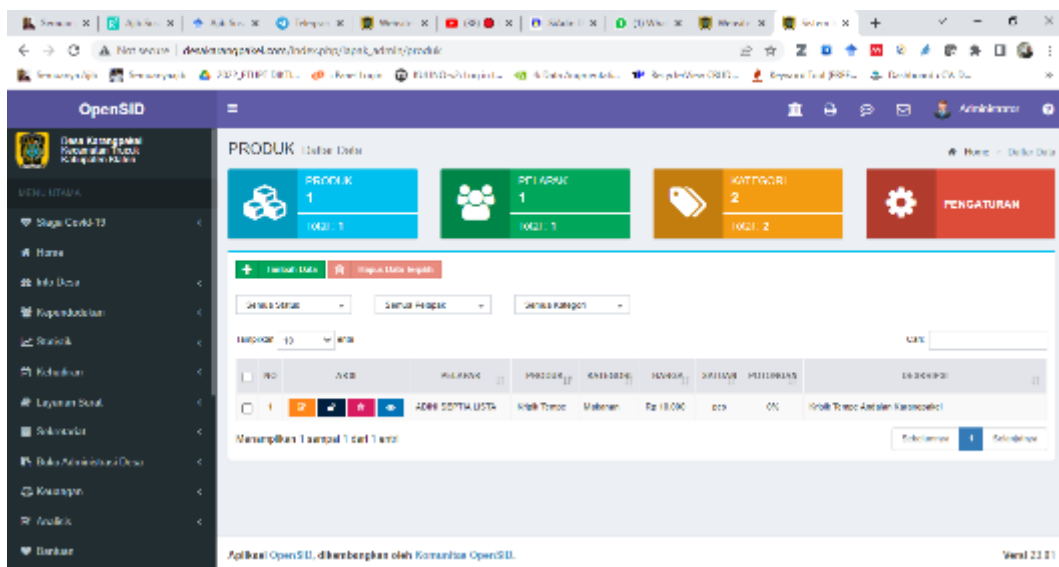


Gambar 3. Halaman Pengelola Web

Selanjutnya dilakukan pendampingan pembuatan artikel untuk kegiatan desa, terlihat pada Gambar 4 berikut ini menambahkan artikel untuk berita kegiatan pelatihan *digital marketing* di balai Desa Karangpaku yang diikuti oleh perangkat desa dan warga desa yang memiliki UMKM di desa.



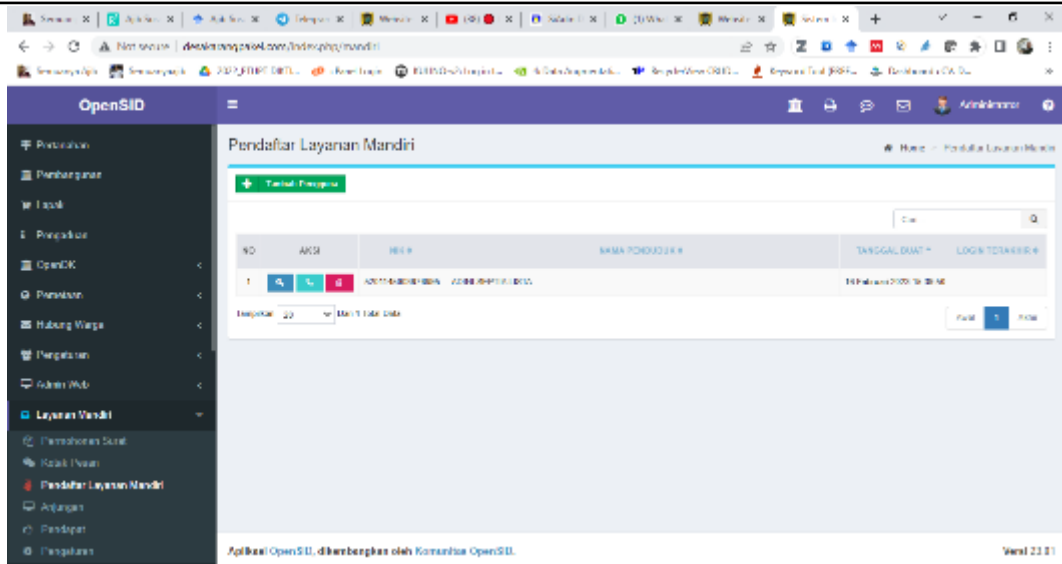
Gambar 4. Halaman membuat berita



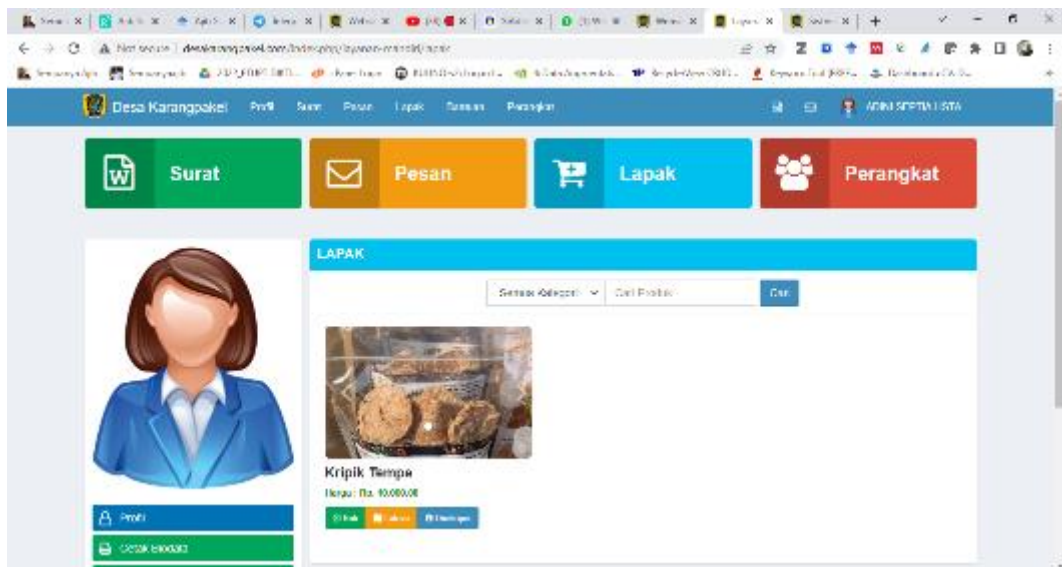
Gambar 5. Halaman Lapak Desa

Gambar 5 merupakan proses pembuatan fasilitas lapak desa mulai dari membuat kategori produk, produk dan pembuatan pelapak. Produk yang dimiliki warga dapat dimasukkan ke dalam lapak desa sehingga produk dapat dilihat oleh pengunjung web dan selanjutnya dapat melakukan proses transaksi penjualan. Dengan menggunakan lapak desa ini produk yang dimiliki warga desa akan lebih dikenal karena sudah masuk ke dalam website desa.

Layanan warga dapat diaktifkan dengan mendaftarkan warga yang akan menggunakan layanan mandiri berdasarkan NIK masing-masing kemudian warga akan mendapatkan nomor PIN sebagai kunci untuk mendapatkan layanan mandiri, terlihat pada Gambar 6 untuk proses mengaktifkan layanan mandiri bagi penduduk desa.



Gambar 6. Halaman Kelola Layanan Mandiri Warga



Gambar 7. Halaman Layanan Mandiri Warga

Warga dapat melakukan kegiatan layanan mandiri meliputi pilihan fasilitas surat (pengurusan surat), pesan (mengirim pesan), lapak (melihat lapak desa), perangkat (mengecek perangkat), profil, cetak biodata dan duplikat kartu keluarga.

3.3. Pelatihan Web dan *Digital Marketing*

Materi pelatihan web yang diberikan meliputi pengelolaan profil desa, kependudukan, artikel, pengaduan dan lapak desa. Gambar 8 dan Gambar 9 berikut ini adalah kegiatan pelatihan web desa.



Gambar 8. Kegiatan Pelatihan Web Desa



Gambar 9. Dokumentasi Pemateri dan Peserta

Pelatihan dan pendampingan *digital marketing* UMKM telah terlaksana dengan memberikan materi dasar *Digital Marketing, branding, marketing, selling, social media marketing* dan desain kemasan produk. Desain kemasan dan desain brosur produk diberikan materi teori dan praktek dengan *Canva*. Berikut ini dokumentasi kegiatan terlihat pada Gambar 10 dan materi *digital marketing* pada Gambar 11.



Gambar 10. Pendampingan *Digital Marketing*



Gambar 11. Materi Digital Marketing

3.4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan setelah pelaksanaan pendampingan pengelolaan web dan *digital marketing* dilaksanakan dengan berbagai hal dilakukan :

- a. Melakukan perbaikan web sesuai dengan umpan balik dari pengguna sehingga web desa berfungsi sesuai dengan kebutuhan warga.
- b. Memantau hasil *digital marketing* dengan mengevaluasi desain kemasan, penggunaan lapak desa, penggunaan media sosial dan pertumbuhan penjualan produk UMKM desa.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dijalankan dapat diambil kesimpulan program kemitraan masyarakat digitalisasi layanan dan produk UMKM desa Karangpaket sebagai berikut :

- a. Terwujudnya web desa dapat membantu desa dalam memberikan informasi tentang desa dan membantu masyarakat dalam melakukan layanan secara *online*.
- b. *Digital marketing* membantu UMKM desa untuk membuat desain kemasan lebih baik, mempromosikan dan menjual produk melalui media sosial dan lapak desa serta produk desa dapat dikenal di luar desa.
- c. Masyarakat pemilik UMKM desa dapat melakukan promosi dan penjualan produknya melalui lapak desa, web *e-commerce* dan di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada LPPM Universitas Dian Nuswantoro Semarang untuk pembiayaan artikel ini, artikel ini merupakan luaran hasil program kemitraan masyarakat tahun 2022-2023.

REFERENCES

- [1] Humas Kemendesa PDTT, “Mendes PDTT: Desa Mampu Menjadi Penyangga Ekonomi Nasional Selama Pandemi Covid-19,” 2021. <https://www.kemendesa.go.id/berita/view/detil/4135/mendes-pdtt-desa-mampu-menjadi-penyangga-ekonomi-nasional-selama-pandemi-covid-19>
- [2] Mediaindonesia.com, “Dorong Potensi Ekonomi Desa lewat Transformasi Digital,” pp. 1–6, 2022, [Online]. Available: <https://mediaindonesia.com/humaniora/416956/dorong-potensi-ekonomi-desa-lewat-transformasi-digital>
- [3] A. Susanto, C. A. Sari, D. R. I. Moses, E. H. Rachmawanto, and I. Utomo, “Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online,” *J. Pengabdian Masy. - LPPM Univ. Dian Nuswantoro Semarang*, vol. 3, no. 1, pp. 42–51, 2020.
- [4] B. Salgues, *Society 5.0: Industry of the future, technologies, methods and tools*, 1st ed., vol. 1, no. December. London: ISTE Ltd, 2018. doi: 10.1002/9781119507314.
- [5] Nisa, “Mengenal Apa Itu Society 5.0 dan Contoh Penerapannya dalam Berbagai Bidang,” vol. 2022, pp. 1–15, 2022, [Online]. Available: <https://inmarketing.id/society-5-0-adalah.html>
- [6] A. Susanto *et al.*, “Implementasi Sistem Informasi Desa (SID) untuk Peningkatan Layanan dan Keterbukaan Informasi di Desa,” vol. 4, no. 2, pp. 38–47, 2021.
- [7] A. Susanto, E. H. Rachmawanto, and D. P. Prabowo, “Digital Marketing Produk UMKM Desa Binaan PKKP Kab. Rembang untuk Meningkatkan Nilai Produk dan Pemasaran Online,” vol. 3, no. 1, pp. 1–10,

- 2022.
- [8] M. R. Hananto and I. B. Sulistyono, “Digitalisasi Produk UMKM Masyarakat Kelurahan Karangtalun Guna Meningkatkan Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Penta Helix,” *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 6, no. 1, pp. 148–155, 2022, doi: 10.37817/ikra-ithabdimas.v6i1.2385.
 - [9] D. Harto, S. R. Pratiwi, M. N. Utomo, and M. Rahmawati, “Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM,” *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, vol. 3, no. 1, p. 39, 2019, doi: 10.30595/jppm.v3i1.3033.
 - [10] A. Susanto, “Digital Marketing,” 2020.
 - [11] W. A. S. & Hootsuite, “Digital 2022 Indonesia.” We Are Social & Hootsuite, 2022.
 - [12] A. Susanto, *IT untuk Pembangunan Desa*. 2022.
 - [13] Sudaryanto, I. Utomo W.M, Y. Kusumawati, and A. Susanto, “Optimalisasi Potensi Desa Jatimakmur, Songgom, Brebes Melalui Pengembangan Web Desa Optimizing the Potential of Jatimakmur, Songgom, Brebes Villages Through Village Website Development,” *Judimas*, vol. 3, no. 1, pp. 29–41, 2022.