

Kumawula, Vol.6, No.2, Agustus 2023, Hal 292 – 297

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.43451>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia *online* di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DALAM PERCEPATAN PERAN DESA UNTUK MENCAPAI SDGs DESA TANPA KEMISKINAN DI DESA MEKARSARI, KECAMATAN SELAAWI, KABUPATEN GARUT

Rd. Ahmad Buchari^{1*}, Ivan Darmawan², Sawitri Budi Utami³, Nurillah Jamil Achmawati Novel⁴, Jovanscha Qisty⁵, Teguh Sandjaya⁶, Adi Susetyaningsih⁷

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Padjadjaran

⁷Institut Teknologi Garut

*Korespondensi : ahmad.buchari@unpad.ac.id

ABSTRACT

Mekarsari Village is one of the Selaawi District villages with ecotourism potential in the form of bamboo, which is made into creative bamboo (crafted bamboo) and bird cages. This community service activity aims to increase knowledge and use of technology to optimize village ecotourism and disseminate village potential through documentary videos. This Community Service Program produced a video documentary that introduced the possibility of Selaawi District, especially Mekarsari Village, and a Mini Workshop, which consisted of providing material on marketplaces and materials on becoming content creators and making good content. Previously, the results of observations showed that the use of digital media in marketing bamboo products was still minimal. The results of this community service program show an increase in the knowledge and skills of artisans regarding access to digital marketing and the export and import of bamboo products.

Keywords : *digital technology, bamboo products, Selaawi District, Mekarsari Village*

ABSTRAK

Desa Mekarsari merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Selaawi yang memiliki potensi ekowisata berupa bambu yang dijadikan bambu kreatif (bambu kriya) dan sangkar burung. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan pemanfaatan teknologi untuk optimalisasi ekowisata desa serta penyebarluasan potensi desa melalui video dokumenter. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini menghasilkan satu video dokumenter yang memperkenalkan potensi Kecamatan Selaawi, khususnya Desa Mekarsari dan *Mini Workshop* yang terdiri dari pemberian materi mengenai *marketplace* dan materi menjadi konten kreator dan pembuatan konten yang baik. Sebelumnya, hasil observasi menunjukkan pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk bambu masih sangat terbatas. Hasil program pengabdian pada masyarakat ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin terhadap akses pemasaran digital dan ekspor impor produk bambu.

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 10/12/2022

Diterima : 03/02/2023

Dipublikasikan : 12/08/2023

Kata Kunci : teknologi digital, produk bambu, Kecamatan Selaawi, Desa Mekarsari

PENDAHULUAN

Kecamatan Selaawi merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Garut, Jawa Barat, Indonesia. Selaawi memiliki 7 desa dan luas lahan sebesar 3407 Ha dengan mayoritas penduduk bekerja dibidang pertanian/perkebunan, industri rumah dibidang kerajinan serta perdagangan. Kecamatan Selaawi memiliki total penduduk sebanyak 36,216 jiwa. Kecamatan Selaawi terdiri dari 7 desa yaitu Cigawir, Cirapuhan, Mekarsari, Pelitaasih, Putrajawa, Samida, Selaawi. Selaawi memiliki potensi alam yang dapat dimanfaatkan untuk ekonomi. Bambu dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam kebutuhan seperti bahan bangunan, kebutuhan keluarga, hingga kerajinan. Salah satu desa yang menjadi objek pengabdian ini adalah Desa Mekarsari.

Desa Mekarsari memiliki luas wilayah ± 5000 km dengan kepadatan penduduk yaitu laki-laki sebanyak 1947 jiwa dengan perempuan sebanyak 1804 jiwa. Desa ini merupakan sebuah desa yang memiliki potensi dari bambu untuk ekonomi, dengan banyaknya pengrajin sangkar burung dan juga bambu kreatif.

Peminat kerajinan bambu Selaawi tidak hanya dari kalangan domestik, melainkan hingga ke mancanegara. Namun dibalik banyaknya kelebihan yang dimiliki oleh kerajinan bambu Selaawi, kerajinan ini masih memiliki suatu kekurangan yaitu terletak pada pemasarannya serta sumber daya yang berkompeten di bidang digitalisasi untuk ekonomi. Pemasaran untuk kerajinan bambu Selaawi dapat dikatakan belum dapat ikut bersaing di era digital ini. Era digital merupakan suatu masa yang mengalami perkembangan pada segala aspek kehidupan dari analog menjadi berbasis teknologi informasi, dimana seluruh informasi bisa didapatkan dari internet. Maka pengembangan sumber daya manusia pada aspek pengetahuan, pengalaman, keahlian, dan produktivitas (Werner & De Simone, 2011)

memiliki peranan penting dalam mewujudkan pemasaran era digital.

Hasil observasi menunjukkan pemanfaatan media digital sebagai media promosi dan penjualan produk bambu masih sangat terbatas. Pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dan juga internet dengan memanfaatkan media berupa web, *social media*, e-mail, database, *mobile/wireless*, dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran (Chaffey & Chadwick, 2016; Dedi Purwana, 2017).

Selanjutnya, observasi pada aktivitas ekspor dan impor juga masih sangat awam bagi masyarakat karena pemasarannya saat ini masih berskala lokal. Padahal, ekspor merupakan salah satu sektor perekonomian yang memegang peranan penting dalam melalui perluasan pasar sektor industri akan mendorong sektor industri lainnya dan perekonomian (Meier, 1996). Di sisi lain, produk bambu telah mencatatkan riwayat sebagai salah satu komoditas berpeluang besar.

Nilai riil ekspor produk bambu Indonesia meningkat sebelum dan selama pandemi COVID-19. Selama periode 2017-2019, nilai riil ekspor produk bambu Indonesia meningkat sebesar US\$1,574 juta atau 8,2% per tahun. Kemudian meningkat sebesar \$1,577 juta atau 14,5% selama periode 2019-2020. Dari tahun 2017 hingga 2019, ekspor produk bambu dunia meningkat rata-rata sebesar 0,7% per tahun, dan dari tahun 2019 hingga 2020 sebesar 8,0%. Pada periode yang sama, faktor efek pertumbuhan standar, distribusi pasar, dan daya saing selalu positif. (Simatupang & Bosar, 2022)

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa para pengrajin di Selaawi belum melakukan pengintensifikasian terhadap

informasi serta kreativitas yang dimiliki guna bersaing di era digital. Pemanfaatan media digital terutama media sosial dan *e-commerce* belum digunakan secara maksimal dalam memasarkan produk-produk kerajinan khas Selaawi. Sedangkan di masa pandemi Covid-19 sebagian besar masyarakat melakukan belanja secara *online*. Hal ini dibuktikan oleh riset dari *Ipsos Global Trends 2021* bahwa 73% masyarakat di Indonesia menilai berbelanja secara online jauh lebih mudah dibandingkan secara *offline*. Di era digital ini kreativitas serta inovasi juga semakin berkembang pesat, sehingga para pengrajin juga perlu terus mengembangkan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu yang dimiliki agar dapat turut mengikuti perubahan *trend* yang ada.

Maka dari itu, ekonomi kreatif serta pemanfaatan media digital dalam pemasaran kerajinan bambu di Selaawi perlu ditingkatkan agar dapat ikut bersaing dalam era digital. Dengan demikian tema yang diangkat pada program pengabdian masyarakat ini adalah "Pemanfaatan Teknologi dalam Percepatan Peran Desa untuk Mencapai SDGs Desa Tanpa Kemiskinan di Kabupaten Garut".

METODE

Pelaksanaan program pengabdian ini melalui beberapa tahapan utama yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan tindak lanjut. Lokasi utama yang digunakan untuk pengambilan data dan pelaksanaan program adalah Desa Mekarsari, Kecamatan Selaawi, Kabupaten Garut. Dengan beberapa output yang dihasilkan, antara lain:

- a) Video Dokumenter
- b) Mini Workshop Pemasaran Digital
- c) Penyuluhan Ekspor Impor

Metode pelaksanaan untuk menghasilkan output-output di atas adalah secara *hybrid*. Metode luring dilakukan untuk memperoleh data – data atau informasi yang dibutuhkan sebagai bahan yang akan diolah seperti survei lapangan dan video. Sedangkan metode daring dilakukan untuk mengolah seluruh data – data yang telah diperoleh.

a. Sasaran Kegiatan

Kegiatan ditujukan bagi seluruh pelaku usaha bambu Selaawi baik dalam pembuatan video dokumenter maupun peserta dalam mini workshop pemasaran digital serta penyuluhan ekspor impor.

Peserta tidak memiliki kriteria khusus kecuali merupakan pelaku usaha maupun pengrajin bambu Selaawi. Hal ini dilakukan untuk mengoptimalkan kontribusi masyarakat dalam program ini.

b. Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Tiga output utama disajikan untuk mencapai tujuan berikut:

1. Menyebarluaskan film dokumenter agar masyarakat luas lebih mengenal Kecamatan Selaawi dengan berbagai potensi yang luar biasa di dalamnya. Tujuan dari pembuatan video dokumenter yaitu untuk memberikan suatu pemahaman kepada masyarakat luas bahwasannya di Kabupaten Garut terdapat wilayah yang kaya akan potensinya yang bercirikan bambu dengan kehidupan masyarakatnya yang sebagian besar menjadi pengrajin anyaman bambu dan sangkar burung. Selain memperkenalkan kepada masyarakat luas mengenai Kecamatan Selaawi, kegiatan *mini workshop* juga memberikan suatu ilmu kepada masyarakat untuk mengetahui bagaimana teknik pemasaran di era serba digital ini, serta memberikan suatu keahlian kepada masyarakat untuk membuat konten yang baik dan benar agar dapat menarik peminat.
2. Membantu masyarakat khususnya para pengrajin bambu di Kecamatan Selaawi dalam memanfaatkan teknologi dengan mencoba membuat akun *e-commerce*.
3. Membantu masyarakat khususnya para pengrajin bambu di Kecamatan Selaawi dalam memanfaatkan teknologi guna memasarkan produk-produk kerajinan yang dihasilkan baik nasional maupun internasional.

Kemudian, manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan ini antara lain:

1. Masyarakat luas lebih mengenal Kecamatan Selaawi beserta potensi yang ada didalamnya baik kerajinan bambu dan sangkar burung maupun beberapa potensi wisata yang ada.
2. Masyarakat Selaawi Khususnya pengrajin lebih memahami pentingnya pemanfaatan teknologi khususnya media sosial dan *e-commerce* guna mengembangkan potensi kerajinan bambu dan sangkar burung untuk dipasarkan secara nasional maupun internasional.
3. Mengetahui cara yang tepat dalam branding di media sosial dalam rangka meningkatkan *awareness* tentang potensi bambu di Selaawi serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.
4. Manfaat dari pembuatan video dokumenter ini yaitu memberikan manfaat bagi Kecamatan Selaawi dan Desa Mekarsari yaitu dikenal oleh masyarakat luas dan nantinya diharapkan banyak orang yang mengenai daerah Selaawi ini sebagai wilayah yang kaya akan potensi sumber daya alam dan kerajinan anyaman bambu serta sangkar burungnya. Kegiatan *mini workshop* juga memberikan manfaat kepada masyarakat Selaawi untuk bagaimana memanfaatkan media digital untuk dapat menarik minat dari luar sehingga dapat menarik minat masyarakat luas serta memahami pentingnya teknologi serta mengetahui cara memanfaatkannya.

c. Pihak-pihak yang Terlibat

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini melibatkan beberapa pihak dari berbagai latar belakang yang saling mendukung dalam pelaksanaannya. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Dosen pembina dari Universitas Padjadjaran.
2. Pemerintah Kabupaten Garut

3. Pemerintah Kecamatan Selaawi
4. Perangkat Desa Mekarsari
5. Pelaku Usaha Bambu Selaawi
6. Mahasiswa Universitas Padjadjaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi bambu yang dimiliki oleh Desa Mekarsari masih belum dipasarkan secara optimal secara digital. Dengan demikian beberapa kegiatan pada program ini berupaya memberikan dukungan untuk peningkatan potensi Desa Mekarsari agar dapat menjadi pendorong ekonomi masyarakat yang berkelanjutan. Salah satunya melalui mini workshop bertajuk pemasaran digital dan peningkatan pengetahuan ekspor dan impor bagi para pengrajin bambu.

Selain itu, untuk mempromosikan ekowisata Desa Mekarwangi maka dibuat video dokumenter dengan tajuk upaya desa untuk mencapai tanpa kemiskinan di Kabupaten Garut. Optimalisasi media digital untuk pemasaran produk juga didorong melalui *mini workshop* untuk mendukung promosi dan penjualan produk bambu pada pasar yang lebih luas lagi. Kemudian penyuluhan ekspor impor juga menjadi target penting untuk membuka wawasan para pengrajin sangkar burung pada pasar ekspor impor.

Tahapan Kegiatan

▪ Tahap Persiapan



Gambar 1. Kunjungan ke Pemerintah Kecamatan Selaawi, Garut.

Tahapan persiapan kegiatan ini melibatkan aktivitas berikut:

- Rapat tim inti.
- Kunjungan ke lapangan (pemerintah Kecamatan Selaawi)
- Sosialisasi kegiatan kepada pelaku usaha atau pengrajin bambu Selaawi.
- Merancang kegiatan bersama pemerintah Kecamatan Selaawi dan Desa Mekarsari.
- Penyusunan *timeline* kegiatan



Gambar 2. Keberangkatan ke Lapangan

▪ Tahap Pelaksanaan

- Pengambilan video dokumenter di Desa Mekarsari.



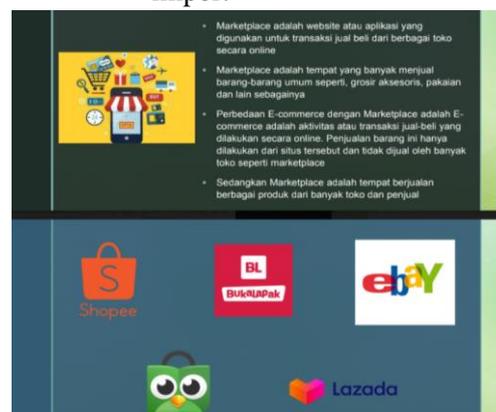
Gambar 3. Pengambilan Video Dokumenter

- Pelaksanaan mini workshop *digital marketing*.



Gambar 4. Pelaksanaan Mini Workshop

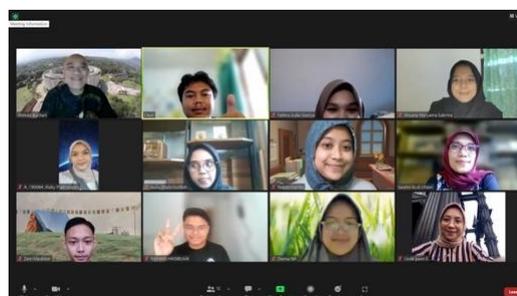
- Pelaksanaan penyuluhan ekspor impor.



Gambar 5. Bahan Penyuluhan

▪ Tahap Tindak Lanjut

- Publikasi video dokumenter bambu Selaawi melalui media sosial.
- Evaluasi kegiatan mini workshop *digital marketing*.
- Evaluasi penyuluhan ekspor impor.
- Usulan kegiatan lanjutan bagi pelaku usaha atau pengrajin bambu Selaawi.



Gambar 6. Evaluasi Kegiatan

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Dalam kegiatan *Main Event* yang bertajuk *Mini Workshop* ini dilaksanakan secara luar jaringan di Aula Kecamatan Selaawi. Kegiatan yang telah dipersiapkan dari awal kegiatan ini dilaksanakan dengan pembuatan video dokumenter terlebih dahulu yang video dokumenter ini ditayangkan di acara *Main Event* sebagai hasil dari kegiatan ini. Kegiatan ini melibatkan beberapa pihak antara Pemerintah Kecamatan Selaawi, Desa

Mekarsari para pengrajin yang menjadi narasumber dalam video dokumenter, tokoh masyarakat dan lain sebagainya.

Selanjutnya pemberian materi mengenai *Marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Ebay dan lain sebagainya, selain itu pemberian materi mengenai bagaimana membuat konten yang baik dan benar. Dalam materi Pembuatan konten yang baik dan benar diselenggarakan *Mini Workshop* dengan memberikan sebuah media agar para perajin khususnya dapat mengambil gambar dari produk hasil kerajinannya.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil acara dan laporan ini adalah:

1. Pengrajin bambu di Kecamatan Selaawi ini masih belum bisa mengoptimalkan hasil kerajinan di era digitalisasi ini. Maka pengabdian pada masyarakat ini melaksanakan mini workshop sebagai pengenalan pemanfaatan *marketplace* sebagai tempat yang cocok untuk para perajin menjual barang kerajinan.
2. Mini Workshop dengan peserta para perajin bambu kreatif dan sangkar burung, dan perangkat Kecamatan Selaawi serta Desa Mekarsari. Adapun materi yang dibawakan yaitu "Penggunaan Berbagai *Marketplace*" dan "Pembuatan Konten Kreatif untuk Pemasaran di Era Digital". Dan melalui mini lokakarya ini dapat menambah wawasan bagi masyarakat Selaawi khususnya para perajin.
3. Film dokumenter yang dibuat diharapkan dapat menjadikan Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut sebagai Kota Bambu, semakin banyak dikenal oleh masyarakat, dan mengoptimalkan pemasaran serta

penyebaran informasi mengenai produk-produk bambu yang dihasilkan secara mendunia.

SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat beberapa saran yang disampaikan oleh penulis, antara lain:

1. Optimalisasi media sosial bagi para pengrajin bambu Selaawi harus dilakukan melalui pendampingan intensif dan terencana dari pihak akademisi dan pemerintah.
2. Di samping kegiatan workshop dan penyuluhan yang menambah wawasan bagi para pengrajin, namun perlu ditindaklanjuti dengan program praktik dan supervisi.
3. Sebagai bahan dan referensi kegiatan lanjutan, dapat difokuskan berbagai kegiatan praktik dan supervisi yang berorientasi pada profit bagi para pengrajin bambu Selaawi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (6th ed.). Pearson.
- Werner, J.M. & DeSimone, R.L. 2011. *Human Resource Development. Sixth Edition.* South Western. Nelson Education Ltd.
- Dedi Purwana, Rahmi, dan Shandy Aditya. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Vol.1. No.1.
- Meier, D. (1996). The big benefits of smallness. *Educational Leadership*, 54, 12-15.
- Simatupang & Bosar. (2022). *Kinerja Ekspor Produk Bambu Indonesia Periode 2017-2020*. IPB University.