

Peran Karang Taruna Dalam Pengembangan Ekonomi Desa Sukmajaya Melalui Platform Digital

Hesti Rosdiana¹, Shanti Darmastuti², Andi Kurniawan³

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

email: ¹hesti.rosdiana@upnvj.ac.id, ²shanti.darmastuti@upnvj.ac.id, ³andi.k@upnvj.ac.id

Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia

Abstrak

Desa Sukmajaya di Kecamatan Tajurhalang memiliki produk potensial ekonomi yang khas di wilayahnya. Sayangnya, produk potensial ini masih belum terpasarkan dengan baik, sehingga diperlukan strategi pemasaran produk agar dapat meningkatkan dan mengembangkan ekonomi warga Desa Sukmajaya. Karang Taruna sebagai organisasi sosial yang memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan ekonomi desa, memiliki peran penting dalam hal ini. Dengan penggunaan platform digital berupa media sosial dan website desa, Karang Taruna dapat memasarkan produk potensial ekonomi guna peningkatan dan pengembangan ekonomi Desa Sukmajaya. Pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk potensial ekonomi guna pengembangan dan peningkatan ekonomi Desa Sukmajaya menjadi tujuan utama kegiatan PKM ini diadakan. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah peningkatan kemampuan pemasaran produk potensial ekonomi oleh Karang Taruna desa secara mandiri.

Kata kunci: Karang Taruna, media sosial, pengembangan ekonomi

1 PENDAHULUAN

Desa Sukmajaya, Kecamatan Tajurhalang merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kabupaten Bogor. Desa ini memiliki potensi ekonomi yang cukup tinggi untuk membangun perekonomian warganya. Banyak produk unggul dan khas dari desa ini yang bisa digunakan untuk meningkatkan perekonomian warganya. Misalnya saja, produk makanan seperti berbagai olahan singkong, pisang dan beras ketan, juga produk jasa seperti perbaikan motor dan mobil.

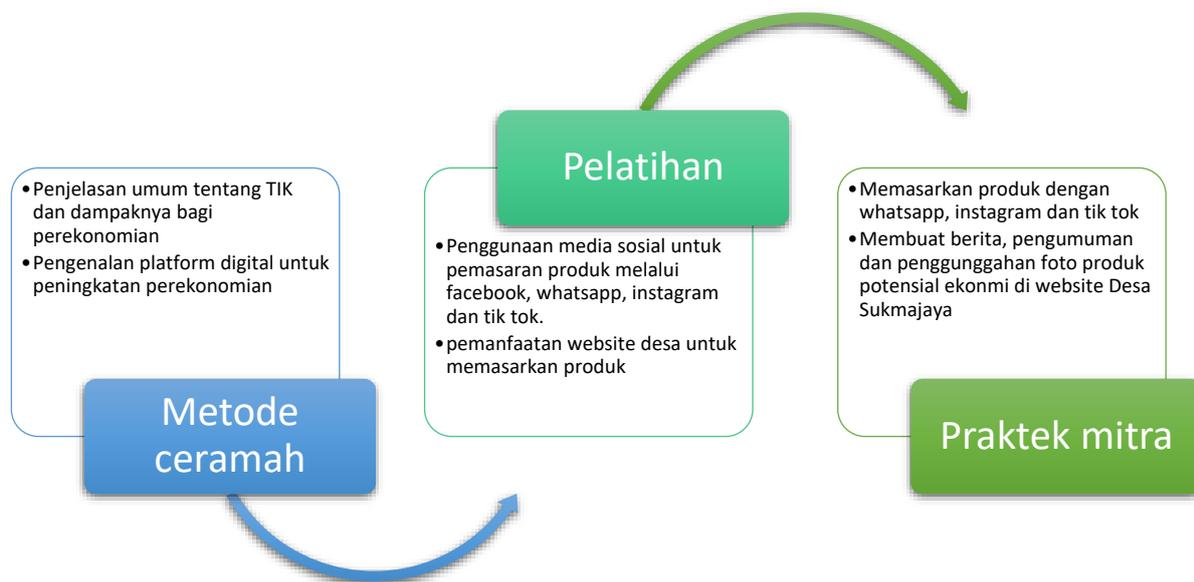
Selama ini, penjualan berbagai produk tersebut masih berlangsung secara tradisional yaitu dengan diperjualbelikan di pasar untuk produk makanan mentah dan matang. Sementara untuk produk jasa perbengkelan, pemasarannya dilakukan dari mulut ke mulut. Dengan cara yang demikian, penjualan produk makanan khas desa Sukmajaya dan pemasaran produk jasa (perbengkelan motor dan mobil), hanya dapat dinikmati oleh warga desa setempat dan masyarakat sekitarnya. Oleh karenanya, diperlukan langkah yang lebih akurat untuk dapat meningkatkan hasil penjualan produk makanan dan produk jasa dari Desa Sukmajaya, agar perekonomian warganya semakin meningkat. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan peran Karang Taruna desa.

Karang Taruna sebagai wadah organisasi sosial yang ada di desa, memiliki tanggung jawab dalam membina dan mengembangkan upaya kegiatan ekonomi, sosial dan budaya melalui pemanfaatan seluruh potensi yang terdapat dalam suatu desa tersebut, baik itu sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang ada. (Triyadi, 2021) Artinya, Karang Taruna memiliki peran penting dalam upaya peningkatan dan pengembangan desa, salah satunya ialah peningkatan dan pengembangan ekonomi. Peningkatan dan pengembangan ekonomi desa, dapat dilakukan oleh Karang Taruna salah

satunya melalui upaya pemasaran produk berupa barang dan jasa yang ada melalui platform digital. Sejauh ini, Karang Taruna Desa Sukmajaya belum terlibat dalam hal peningkatan dan pengembangan ekonomi desa. Kurangnya pemahaman tentang bagaimana cara meningkatkan dan mengembangkan ekonomi desa melalui platform digital, menjadi sebab utama Karang Taruna Desa Sukmajaya belum terlibat dalam hal peningkatan dan pengembangan ekonomi desa. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibuat untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait platform digital dan penggunaannya dalam pemasaran produk guna meningkatkan dan mengembangkan potensi ekonomi desa Sukmajaya.

2 METODOLOGI KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat menggunakan metode ceramah dan pelatihan melalui pendekatan *participatory learning action* (PLA). Pendekatan *participatory learning action* (PLA) merupakan bentuk baru dari pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk menggali berbagai pengetahuan dalam konteks bahan pengambilan keputusan, perencanaan dan pelaksanaan tindakan yang mengarah pada tindakan positif dan memperbaiki kualitas hidup secara personal atau lingkungan masyarakat. (Dadan Darmawan, 2020) Metode ceramah digunakan untuk menjelaskan secara umum tentang kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam hal pengembangan dan peningkatan ekonomi dan pengenalan platform digital untuk pemasaran suatu produk. Sementara itu, pelatihan dengan pendekatan PLA dilaksanakan dengan pelatihan, pendampingan, praktek mitra dalam hal pemasaran produk melalui media sosial dan pemanfaatan website desa. Secara rinci kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat dalam gambar dibawah ini:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM pertama dilaksanakan dengan memberikan ceramah tentang pengetahuan umum seputar TIK dan kondisi perkembangan TIK di Indonesia, yang kemudian dilanjutkan dengan memperlihatkan platform digital untuk peningkatan dan pengembangan ekonomi. Metode ceramah dilakukan dengan memberikan presentasi dan sesi diskusi. Pada tahapan ini, tim PKM memaparkan perkembangan TIK yang pesat memberikan banyak dampak dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam hal ekonomi. Keberadaan TIK yang handal menjadi bagian strategi untuk pengoptimalisasian potensi ekonomi yang ada. Pada beberapa tahun terakhir, perkembangan TIK di Indonesia memberikan pengaruh signifikan bagi perekonomian Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pertumbuhan perekonomian Indonesia yang meningkat sebesar 2,07% pada tahun 2020. Pertumbuhan ekonomi tersebut ditopang oleh adanya inovasi dan perkembangan teknologi yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia bersama *stake-holder* lainnya. (Chontina Siahaan, 2021) Platform digital memainkan peran penting dalam pemberian kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut McKinsey dalam Nila, dkk. (2021), produktivitas ekonomi digital Indonesia meningkat US\$120 milyar per tahunnya. Selain itu, ekonomi digital Indonesia telah menghasilkan pertumbuhan pendapatan hingga 80% lebih tinggi untuk usaha kecil dan menengah (UKM) dan memberikan tambahan 2% per tahun untuk pertumbuhan PDB melalui penggunaan teknologi digital oleh UKM. (KOMINFO, 2019) Berikut adalah gambar foto anggota Karang Taruna yang sedang memahami pengetahuan umum tentang kemajuan TIK dan platform digital untuk pengembangan ekonomi desa:



Gambar 2. Pemahaman TIK dan Platform Digital Untuk Pengembangan Ekonomi Desa

Media sosial sebagai salah satu platform digital berperan penting dalam hal pengembangan ekonomi, utamanya ekonomi desa. Sosial media merupakan jejaring sosial berbasis web yang memungkinkan setiap individu untuk membangun hubungan sosial melalui dunia maya. (Rizki Febri Eka Pradani, 2020) Sebagai platform digital, media sosial memiliki kelebihan dalam hal pendaftaran dan penggunaannya yang mudah serta efisiensi biaya dan waktu. Setiap individu dapat membuat akun media sosial secara mudah dimana pun dan kapanpun. Tanpa adanya biaya pendaftaran dan sifat fleksibilitasnya yang tinggi, media sosial menjadi platform digital yang memiliki efisiensi biaya dan waktu untuk pemasaran produk pendorong ekonomi masyarakat.

Pada survey yang diadakan oleh tim PKM, 20 orang anggota Karang Taruna telah memiliki dan menggunakan akun media sosial secara mandiri. Facebook, whatsapp dan Instagram menjadi pilihan platform digital anggota Karang Taruna dalam bersosialisasi di dunia maya. Terlampir hasil survey kepemilikan akun media sosial Karang Taruna Desa Sukmajaya:



Gambar 3. Grafik Kepemilikan Media Sosial Karang Taruna Desa Sukmajaya

Sebagai remaja yang lebih melek dan mudah memahami media sosial, Karang Taruna Desa Sukmajaya memiliki peran penting pada pemasaran produk potensi ekonomi Desa Sukmajaya melalui media sosial. Dengan kepemilikan media sosial yang dimiliki oleh Karang Taruna Desa Sukmajaya, tim PKM melanjutkan pelatihan dan pendampingan pada Karang Taruna Desa Sukmajaya untuk melakukan pemasaran produk potensial warga Desa Sukmajaya. Pelatihan dan pendampingan pemasaran produk dilakukan dengan memilih media sosial entah itu facebook, whatsapp maupun Instagram. Pelatihan dan pendampingan tersebut dilanjutkan dengan cara memasarkan produk di media sosial yang mereka miliki dengan mengunggah foto produk potensial Desa Sukmajaya dan memberikan deskripsi lengkap mengenai produk tersebut. Kemudian, memberi pengetahuan strategi marketing melalui program gratis ongkir dengan minimal pembelanjaan dan diskon terhadap produk tertentu. Berikut gambaran foto pelatihan dan pendampingan kepada Karang Taruna Desa Sukmajaya oleh tim PKM:



Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Karang Taruna Desa Sukmajaya Dalam Pemasaran Produk Potensial Ekonomi Desa Sukmajaya

Tahapan terakhir setelah pemaparan dan pemberian pelatihan dan pendampingan pada Karang Taruna Desa Sukmajaya, kegiatan PKM dilanjutkan dengan praktek secara mandiri atau individu anggota Karang Taruna dalam memasarkan produk potensial ekonomi warga Desa Sukmajaya. Hal itu dilakukan mereka dengan mengunggah foto dan memberikan informasi produk potensial ekonomi warga Desa Sukmajaya melalui media sosial dan website Desa Sukmajaya.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Sukmajaya dapat diketahui bahwa Desa Sukmajaya memiliki produk potensial ekonomi yang khas. Sayangnya, produk potensial ekonomi yang ada belum dapat dipasarkan dengan baik oleh warga Desa Sukmajaya. Ini disebabkan oleh rendahnya pengetahuan warga Desa Sukmajaya akan pemasaran produk potensial ekonomi mereka. Karang Taruna Desa Sukmajaya sebagai wadah organisasi sosial memiliki peran penting dalam hal pemasaran produk potensial ekonomi warga Desa Sukmajaya. Peran penting tersebut merupakan bentuk tanggung jawab Karang Taruna dalam hal pengembangan dan peningkatan ekonomi warga Desa Sukmajaya. Implementasi tanggung jawab Karang Taruna dalam hal pengembangan dan peningkatan ekonomi warga Desa Sukmajaya, salah satunya dapat dilakukan melalui pemasaran produk potensial ekonomi warga dengan memanfaatkan platform digital yang dimiliki oleh masing-masing anggota Karang Taruna. Facebook, Instagram dan whatsapp adalah tiga dari sekian banyak platform digital yang bisa dimanfaatkan dalam memasarkan produk potensial ekonomi warga Desa Sukmajaya. Ketiga platform digital ini memiliki fitur dan aplikasi yang cukup mudah digunakan untuk memasarkan produk potensial ekonomi warga. Dengan anggotanya yang berada di usia remaja, Karang Taruna Desa Sukmajaya dapat dengan mudah memahami fitur dan aplikasi untuk memasarkan produk potensial warga Desa Sukmajaya. Pemahaman tentang fitur dan aplikasi di ketiga platform digital itulah yang dilakukan oleh tim untuk kegiatan pengabdian pada masyarakat. Hasilnya, Karang Taruna Desa Sukmajaya dapat secara mandiri memasarkan produk potensial ekonomi warga Desa Sukmajaya. Hal itu ditunjukkan dengan pengunggahan foto dan memberikan deskripsi produk secara rinci di masing-masing akun facebook, Instagram dan whatsapp anggota Karang Taruna. Selain itu, dilakukan juga strategi pemasaran untuk menarik minat pembeli lebih banyak dengan memberikan diskon di awal pemasaran produk dan program gratis ongkos kirim dengan ketentuan jarak tertentu.

Referensi

- Estriyanto, Y. (2016). A Review of Indonesian Pre-Service Teacher Certification Policy from the Point of View of the Philosophy of Vocational Education. *International Conference on Teacher Training and Education*, 1(1).
- Chontina Siahaan, P. R. (2021). PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA (STUDI PADA PENGGUNAAN ECOMMERCE DI AKUN MEDIA SOSIAL). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 6 Issue 1, 643-655.
- Dadan Darmawan, T. P. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan Di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, Vol. 4 No. 2, 160-169.
- KOMINFO. (2019). *PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA: STRATEGI DAN SEKTOR POTENSIAL*. Jakarta: KOMINFO.
- Rizki Febri Eka Pradani, L. (2020). Ekonomi Kreatif Melalui Sosial Media. *KEADABAN: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vo;. 1 No. 2, 61-91.
- Triyadi, N. A. (2021). Penyuluhan Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Pengembangan Karang Taruna Mekarsari Rumpin Bogor. *PADMA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1 No. 1, 57-60.