



This Journal is available in Universitas Bhayangkara Jakarta Raya online Journals

**Journal of Computer Science Contributions (JUCOSCO)**

Journal homepage: <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/jucosco>



## **Pemberdayaan Masyarakat UMKM di Era Digital Melalui Kegiatan KKN Desa Sitiwinangun**

Rafika Sari<sup>1,\*</sup>, Tyathanesia Dianfitri As-Sanaj<sup>1</sup>, Imam Aji Pranoto<sup>1</sup>, Dwi Adi Setiawan<sup>1</sup>, Fillah Akhyar Rezqi Adesta<sup>1</sup>, Ibni Khoerul Umam<sup>1</sup>, Raditia Muhammad Ardan<sup>1</sup>, Julian Firman Danu<sup>1</sup>, Citra Urba Ningrum<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jl. Raya Perjuangan No.81, Margamulya, Bekasi Utara, Jawa Barat, Indonesia, [rafika.sari@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:rafika.sari@dsn.ubharajaya.ac.id), [tyathanesia.dianfitri.as-sanaj19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:tyathanesia.dianfitri.as-sanaj19@mhs.ubharajaya.ac.id), [imam.aji.pranoto19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:imam.aji.pranoto19@mhs.ubharajaya.ac.id), [dwi.adi.setiawan19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:dwi.adi.setiawan19@mhs.ubharajaya.ac.id), [fillah.akhyar.rezki.adesta19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:fillah.akhyar.rezki.adesta19@mhs.ubharajaya.ac.id), [ibni.khoerul.umam19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:ibni.khoerul.umam19@mhs.ubharajaya.ac.id), [raditia.muhammad.ardan19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:raditia.muhammad.ardan19@mhs.ubharajaya.ac.id), [citra.urba.ningrum19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:citra.urba.ningrum19@mhs.ubharajaya.ac.id), [julian.firman.danu19@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:julian.firman.danu19@mhs.ubharajaya.ac.id)

### **Abstract**

*The ability to adapt processes in the transformation from the conventional marketing era to the digital marketing era requires knowledge of digital literacy. How to utilize digital media and what strategies are needed to improve product marketing is absolutely a must have for today's business actors. Based on this, the Kuliah Kerja Nyata (KKN) activities try to bridge the increase in digital literacy in the UMKM community. The partners in this KKN activity are in the Sitiwinangun Village community, Kabupaten Cirebon. This village has one of the regional specialties of pottery handicrafts which has not utilized technology in marketing its products. Indicators of successful implementation of this KKN work program are: suitability of work program plans and implementation, level of community participation in each activity, and increasing knowledge of the UMKM community in Sitiwinangun Village regarding digital literacy in product marketing. Some of the outputs produced through this community service KKN activity, namely: increasing the hard skills of UMKM actors in making good and interesting product videos, increasing digital literacy for local youth, making village profile videos that have been published on YouTube social media, and decorate creative trash bins as a form of environmental care campaign.*

*Keywords*— UMKM, video editing, digital literacy, KKN

### **Abstrak**

Kemampuan beradaptasi dalam proses transformasi dari era marketing konvensional ke era digital marketing dibutuhkan pengetahuan atau literasi digital. Bagaimana memanfaatkan media digital dan strategi apa yang diperlukan dalam meningkatkan marketing produk mutlak harus dimiliki oleh para pelaku usaha pada masa kini. Berdasarkan hal tersebut maka kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) berusaha menjembatani peningkatan literasi digital pada masyarakat pelaku UMKM. Pihak mitra dalam kegiatan KKN ini dalam masyarakat Desa Sitiwinangun, Kabupaten Cirebon. Desa ini memiliki salah satu komoditi khas daerah berupa hasil kerajinan gerabah yang belum memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk-produknya. Indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja KKN ini yakni: kesesuaian rencana program kerja dan pelaksanaan, tingkat partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan, dan bertambahnya pengetahuan masyarakat UMKM di Desa Sitiwinangun terhadap literasi digital dalam marketing produk. Beberapa luaran yang dihasilkan melalui kegiatan KKN pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu: peningkatan *hard skill* para pelaku UMKM dalam membuat video produk yang baik dan menarik, peningkatan literasi digital bagi para remaja setempat, pembuatan video profile desa yang sudah dipublikasikan pada media sosial Youtube, dan menghias media tempat sampah yang kreatif sebagai bentuk kampanye peduli kebersihan lingkungan.

Kata kunci— UMKM, video editing, literasi digital, KKN

### **Article info**

Submitted (10/01/2023)

Revised (20/01/2023)

Accepted (25/01/2023)

Published (27/01/2023)

Korespondensi: [rafika.sari@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:rafika.sari@dsn.ubharajaya.ac.id)

Copyright © Author pertama. 2023. Published by Faculty of Computer Science – Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

## I. PENDAHULUAN

Tantangan pada era industri 4.0 yaitu adanya disrupsi ekonomi yang dapat menggerus sistem-sistem pasar konvensional yang selama ini telah berjalan secara tradisional. Fenomena toko-toko atau pasar-pasar menjadi sepi pengunjung karena banyak bermunculan toko-toko *online* menyebabkan para pelaku usaha konvensional mau tidak mau beralih dari toko fisik menjadi toko digital. Salah satu upaya yang bisa kita lakukan adalah melakukan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya dalam menghadapi era digital seperti sekarang ini (R. Wisnu et al., 2021).

Literasi digital merupakan hal-hal yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan kompetensi-kompetensi yang diperlukan untuk berkembang dalam budaya yang didominasi oleh teknologi (Hobbs, 2017). Jadi, dengan kata lain literasi digital adalah kemampuan untuk membaca, memahami, mengevaluasi, dan menginterpretasikan informasi ataupun pengetahuan yang ditemui dari berbagai sumber di lingkungan digital dengan penuh tanggung jawab (Ramdhania et al., 2022).

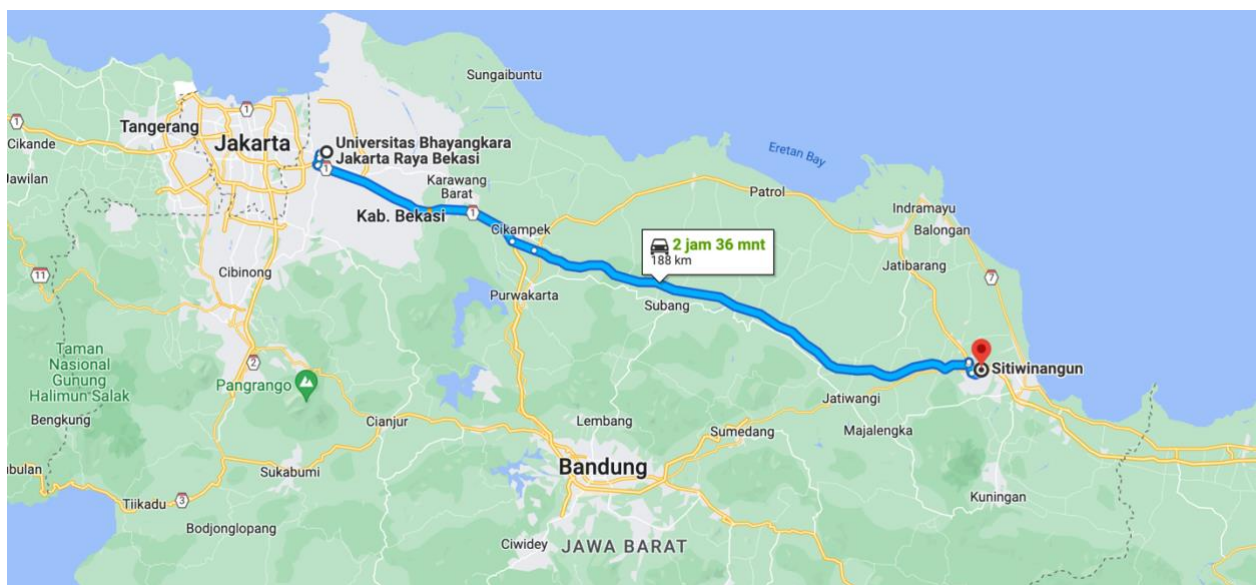
Pertumbuhan toko *online* dengan berbagai platform *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup banyak dari tahun 2019 ketahun 2020, yaitu sebanyak 15 juta pengakses dengan menggunakan *smartphone*. Selain itu di tahun 2020 terjadi peningkatan jumlah pengguna aktif sosial media sebanyak 12 juta. Hal ini mempertegas bahwa pentingnya visibilitas bisnis dalam menjangkau konsumen yang potensial untuk diraih dengan memanfaatkan digital marketing (Atika et al., 2021). Kemampuan beradaptasi dalam proses transformasi dari era *marketing* konvensional ke era *digital marketing* dibutuhkan pengetahuan atau literasi digital. Bagaimana memanfaatkan media digital dan strategi apa yang diperlukan dalam meningkatkan marketing produk mutlak harus dimiliki oleh para pelaku usaha pada masa kini.

Berdasarkan hal tersebut maka kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) berusaha menjembatani peningkatan literasi digital pada masyarakat pelaku UMKM. KKN adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman empiris kepada mahasiswa untuk hidup ditengah-tengah masyarakat, dan secara langsung mengajarkan kepada mahasiswa cara mengidentifikasi berbagai masalah sosial di masyarakat. KKN secara langsung akan menunjukkan kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan keilmuan yang telah diperoleh pada lembaga pendidikan dan upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat. KKN bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan inovasi khususnya dalam bidang teknologi. Sejalan akan hal ini, program studi Informatika Universitas Bhayangkara Jakarta Raya melalui kegiatan KKN ingin berkontribusi menjalankan program peningkatan literasi digital pada masyarakat pelaku UMKM di Desa Sitiwinangun, Kabupaten Cirebon. Maka secara umum tujuan dari kegiatan KKN ini yaitu: (i) menyiapkan generasi muda dalam

menghadapi era digital di desa mitra, (ii) meningkatkan literasi digital bagi para pelaku usaha/UMKM di desa mitra, dan (iii) berperan aktif dalam mengkampanyekan kebersihan lingkungan bagi masyarakat setempat terlebih di musim penghujan.

## II. ANALISA SITUASI

Desa Sitiwinangun merupakan suatu daerah yang berada di kecamatan Jamblang, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Peta lokasi desa Sitiwinangun sebagai lokasi kegiatan KKN diperlihatkan oleh gambar 1. Jarak tempuh lokasi KKN dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Ubhara Jaya) kampus Bekasi sekitar 188 km. Desa ini memiliki salah satu komoditi khas daerah berupa hasil kerajinan gerabah yang dibuat dari bahan tanah liat yang dibentuk dengan tangan (Website Desa Sitiwinangun, 2022).



Sumber: (Google Maps, 2022)

Gambar 1. Peta lokasi daerah KKN

Hal yang menjadi dasar untuk berkontribusi dalam meningkatkan literasi digital bagi para pelaku UMKM yang ada di desa yaitu dengan merencanakan program kerja KKN yang sejalan dengan tujuan. Berdasarkan latar belakang diatas maka tim KKN dapat mengidentifikasi beberapa permasalahan yaitu: (i) bagaimana kondisi UMKM di lingkungan Desa Sitiwinangun, (ii) bagaimana mengedukasi penggunaan *gadget* yang bijak bagi anak-anak dan remaja setempat, dan (iii) bagaimana cara meningkatkan literasi digital masyarakat UMKM sebagai sarana marketing di era industri 4.0 saat ini. Dari permasalahan tersebut maka tim KKN prodi Informatika Ubhara Jaya berinisiatif mengadakan serangkaian acara untuk memberikan dampak pada: (1) Peningkatan *income* masyarakat, (2) Memperluas cakupan pasar, (3) Meningkatkan daya saing, dan (4) Menambah kreatifitas pada golongan UMKM (R. Wisnu et al., 2021).

### III. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan KKN kelompok 5 dilaksanakan di Desa Sitiwinangun Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon Jawa Barat yang berlangsung pada rentang waktu 21 November 2022–31 Desember 2022. Sasaran utama dari kegiatan KKN ini adalah masyarakat pelaku UMKM di Desa Sitiwinangun Kab. Cirebon. Berdasarkan hasil observasi awal bahwa kebanyakan masyarakat di desa ini adalah para pelaku UMKM yang memproduksi berbagai hasil kerajinan tangan dengan produk yang menjadi ciri khas adalah kerajinan yang terbuat dari gerabah. Kegiatan KKN pada kelompok ini terterbagi menjadi 3 aktivitas utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan dan pelaporan. Adapun indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja KKN ini yakni: (i) kesesuaian rencana program kerja dan pelaksanaan, (ii) tingkat partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan, dan (iii) bertambahnya pengetahuan masyarakat UMKM di Desa Sitiwinangun terhadap literasi digital dalam marketing produk. Adapun metode pelaksanaan KKN adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan KKN kepada masyarakat sekitar. Tahapan pertama kegiatan KKN di Desa Sitiwinangun adalah melakukan pengenalan terkait mahasiswa dan program kerja yang akan dilaksanakan selama KKN berlangsung.
2. Pemetaan masalah. Pemetaan merupakan tahapan persiapan selanjutnya yang dilakukan untuk mengetahui dan mendata kondisi lapangan. Dilakukan melalui kegiatan identifikasi aktifitas dan kebiasaan masyarakat, survei lokasi untuk memetakan dan mengetahui pemahaman masyarakat terhadap lingkungan sekitar.
3. Perencanaan dan pengembangan program kerja KKN. Setelah dilakukan pemetaan masalah dilanjutkan dengan merencanakan kegiatan yang akan dilaksanakan sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Pelaksanaan perencanaan dan pengembangan konsep terdiri dari diskusi kelompok yang dilakukan baik secara *online* atau *offline*.
4. Sosialisasi program kerja KKN. Sosialisasi penyuluhan merupakan upaya perubahan perilaku manusia yang dilakukan melalui pendekatan edukatif. Suatu usaha menyebarluaskan mengenai teknologi khususnya di bidang digital marketing, pelatihan video editing, dan pembuatan website profil desa kepada masyarakat. Peningkatan hard skill ini diharapkan dapat diterapkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya kelak.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### III.1. Tahap Perencanaan

Data pada table 1 terdapat sebanyak 7 kegiatan yang direncanakan akan dilakukan selama kegiatan KKN. Dari 7 kegiatan terdapat 4 kegiatan yang bertemakan digitalisasi yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menyipakan para pelaku UMKM dalam menghadapi era digital dalam memasarkan produk mereka. Empat kegiatan tersebut diantaranya: (i) seminar menghadapi era digital

bagi para pelaku UMKM, (ii) workshop video editing, (iii) pembuatan video produk yaitu kerajinan gerabah, (iv) pembuatan profile desa Sitiwinangun sebagai salah satu media publikasi hasil kerajinan gerabah yang menjadi komoditi penting di desa tersebut. Kemudian terdapat 3 kegiatan tambahan, dua diantaranya kegiatan bertema peduli lingkungan dalam bentuk kampanye terhadap kebersihan lingkungan, terlebih pelaksanaan kegiatan KKN ini dilakukan saat musim penghujan. Dua kegiatan tersebut yaitu: (i) kerja bakti membersihkan lingkungan agar terhindar dari banjir, dan (ii) perlombaan menghias tempat sampah untuk anak-anak dan remaja. Dan kegiatan tambahan lainnya yaitu pendataan penduduk guna menganalisa jumlah penduduk produktif untuk diikut sertakan dalam kegiatan workshop dan mendata jumlah pelaku UMKM di desa tersebut.

**Tabel 1.** Matrik Rencana Program KKN

No	Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Sasaran Kegiatan	Jadwal Kegiatan	Rencana Sumber Biaya Kegiatan			Penanggung Jawab Kegiatan		Luaran Kegiatan	Ket
					Masyarakat	Mahasiswa	Pihak Luar	Masyarakat	Mahasiswa		
1	Pendataan warga ( Sd, SMP, SMA/ SMK)	Sebagai peserta Sosialisasi dan workshop	Warga Desa Sitiwinangun	6 Desember 2022		✓			✓	Menjalin silaturahmi antar peserta KKN dengan warga Desa Sitiwinangun	
2	Pembuatan Video pembuatan gerabah	Untuk publikasi pada social media serta meningkatkan popularitas hasil pangan dan kegiatan desa	Pengerajin Desa Sitiwinangun	6 Desember 2022		✓			✓	Desa Sitiwinangun menjadi lebih di kenal untuk kepentingan apa pun yang dapat dilakukan di desa tersebut.	
3	Sosialisasi Menuju Era Digitalisasi	Meningkatkan pengetahuan penggunaan teknologi	Pelajar di Desa Sitiwinangun	8 Desember 2022		✓		✓	✓	Wawasan menjadi lebih luas akan penggunaan teknologi.	
4	Workshop Video Editing	Meningkatkan pengetahuan penggunaan teknologi dan keterampilan.	Pelajaran di Desa Sitiwinangun	9 Desember 2022		✓		✓	✓	Wawasan menjadi lebih luas akan teknologi dan keterampilan.	
5	Menghias tempat sampah	Meningkatkan kreatifitas dan peduli lingkungan sekitar	SD di Desa Sitiwinangun	10 Desember 2022		✓		✓	✓	Menciptakan inovasi	
6	Kerja Bakti dengan warga desa	Membersihkan desa dari semak belukar dan sampah	Selokan pohon yang mengganggu jalan, semak-semak	10 Desember 2022		✓		✓	✓	Masyarakat peduli akan kebersihan lingkungan	
7	Pembuatan website untuk Desa	Sebagai media promosi profile desa.	Seluruh bagian yang ada di desa	11 Desember 2022		✓			✓	Memaksimalkan promosi mengenai desa sitiwinangun	

Sumber: Hasil pelaksanaan (2022)

### III.2. Tahap Pelaksanaan

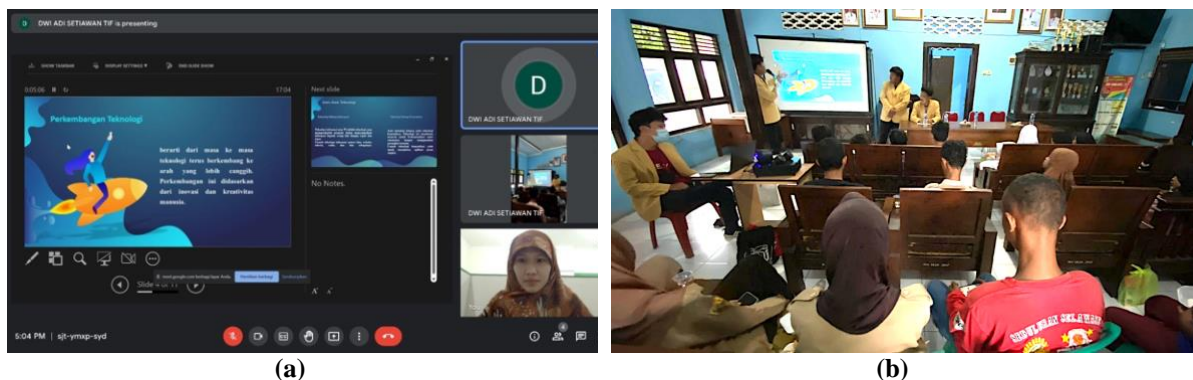
Gambar 3 merupakan dokumentasi dari kegiatan observasi awal tim KKN ke desa Sitiwinangun. Dari hasil diskusi dengan Kepala Desa Sitiwinangaun beserta para jajarannya, pihak desa berharap ada skala prioritas program yang direncanakan pada kegiatan KKN yakni peningkatan literasi digital bagi para pelaku UMKM serta bagi para anak-anak dan remaja agar diberikan edukasi terhadap penggunaan *gadget* secara bijak. Atas dasar inilah, maka kegiatan KKN ini bertujuan sebagai inisiasi terhadap beberapa program prioritas Desa agar dapat berkolaborasi bersama masyarakat setempat untuk mewujudkannya (Sari et al., 2021).



Sumber: Hasil pelaksanaan (2022)

**Gambar 3.** (a) Tim KKN berkoordinasi dengan pihak Desa Sitiwinangun, dan (b) Tim KKN melakukan observasi di desa.

Gambar 4 adalah dokumentasi dari kegiatan sosialisasi menghadapi era digital dimana hampir semua aktivitas yang kita lakukan sudah mengalami transformasi ke bentuk digital. Konsep kegiatan ekonomi yang terintegrasi dengan kemajuan teknologi informasi menjadi salah satu solusi yang mampu mendukung masalah ketenagakerjaan dan sekaligus mendukung pertumbuhan dan kemakmuran perekonomian (Srisulistiwati et al., 2021).



Sumber: Hasil pelaksanaan (2022)

**Gambar 4.** (a) Dokumentasi sambutan DPL KKN dan pelepasan mahasiswa KKN kepada pihak desa, dan (b) Dokumentasi kegiatan seminar mempersiapkan UMKM di era digital.

Gambar 5 merupakan dokumentasi dari kegiatan mengkampanyekan kebersihan lingkungan dengan bentuk lomba menghias tempat sampah. Kegiatan ini diikuti oleh anak-anak dan remaja di lingkungan Desa Sitiwinangun. Dari kompetisi ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat akan rasa cinta terhadap kebersihan yang dimulai dari kecil. Peserta mengikuti kegiatan ini dengan antusias dan semangat. Tim KKN mahasiswa memilih 3 orang dari peserta sebagai pemenang dari perlombaan ini, walaupun semua hasil karya peserta sangat bagus dan menarik.



Sumber: Hasil pelaksanaan (2022)

**Gambar 5.** (a) Dokumentasi perlombaan menghias tempat sampah, dan (b) Pembagian hadiah perlombaan

Untuk menarik perhatian konsumen dengan produk yang dipasarkan diberbagai media sosial ataupun diberbagai *platform e-commerce*, perlu adanya strategi dalam membbuat konten yang unik dan menarik. Seperti memposting foto atau video yang dapat menonjolkan keunggulan produk yang dipasarkan agar terlihat lebih professional terutama pada era digital saat ini (A. Damayanti et al., 2022). Gambar 6 adalah dokumentasi dari kegiatan pelatihan *video editing* yaitu membuat video untuk produk UMKM yang digeluti masyarakat desa Sitiwinangun. Kerajinan gerabah adalah komoditi utama pada masyarakat UMKM di desa Sitiwinangun.



Sumber: Hasil pelaksanaan (2022)

**Gambar 6.** (a) Proses pembuatan video produk kerajinan gerabah oleh mahasiswa dan pelaku UMKM, dan (b) Workshop pembuatan *video editing*.

Sebelum melakukan kegiatan pelatihan, mahasiswa melakukan survey dan observasi ke beberapa lokasi usaha kerajinan gerabah di daerah sekitar. Dari hasil oberservasi, mahasiswa mengusulkan bahwa yang menjadi peserta pelatihan *video editing* adalah para remaja yang orang tuanya memiliki usaha kerajinan. Dipilihnya para remaja dikarenakan lebih akrab dengan dunia digital saat ini, sehingga lebih memudahkan dalam melakukan atau membuat video editing produk UMKM dari usaha orang tua atau kerabatnya kelak.



Sumber: (Youtube, 2023)

**Gambar 7.** Video profil Desa Sitiwinangun

Dikaitkan dengan para pelaku UMKM di Desa Sitiwinangun yang belum dapat memaksimalkan upaya *branding produk*, menjadikan foto atau video produk sebagai salah satu jembatan media komunikasi visual dan *branding produk* merupakan solusi yang baik. Media visual ini bisa menggunakan foto atau video produk yang baik dan menarik agar tujuan utama untuk menarik minat para calon pembeli produk dapat tercapai (Khoirotunnisa et al., 2022). Gambar 7 merupakan hasil pembuatan video profil desa Sitiwinangun yang telah dilakukan oleh tim KKN. Selain untuk memperkenalkan profil desa, video tersebut juga dimanfaatkan untuk sarana publikasi komoditi khas desa berupa kerajinan gerabah. Video tersebut juga sudah dipublikasikan pada media sosial Youtube dengan menggunakan akun/channel desa dengan link video <https://youtu.be/NmbdUqAxo>. Berbagai program kerja yang telah terlaksana pada kegiatan KKN mendapat sambutan baik dari pihak desa dan antusiasme dari para peserta yang secara rinci disajikan oleh tabel 2.

**Tabel 2.** Implementasi kegiatan KKN

No	Program Kerja KKN	Contoh Baik Implementasi
1.	Pendataan warga (jumlah pelajar) di desa Sitiwinangun	Data dapat digunakan untuk menganalisa jumlah penduduk produktif di desa setempat dan untuk keperluan terkait.
2.	Pembuatan video dokumenter KKN	Melatih mahasiswa mengasah kemampuannya dalam mempublikasikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk digital/video agar dapat di akses dalam berbagai media sosial online
3.	Sosialisasi memasuki era digital bagi warga desa	Memfasilitasi para pelajar setempat untuk menambah pengetahuannya terkait dunia digital



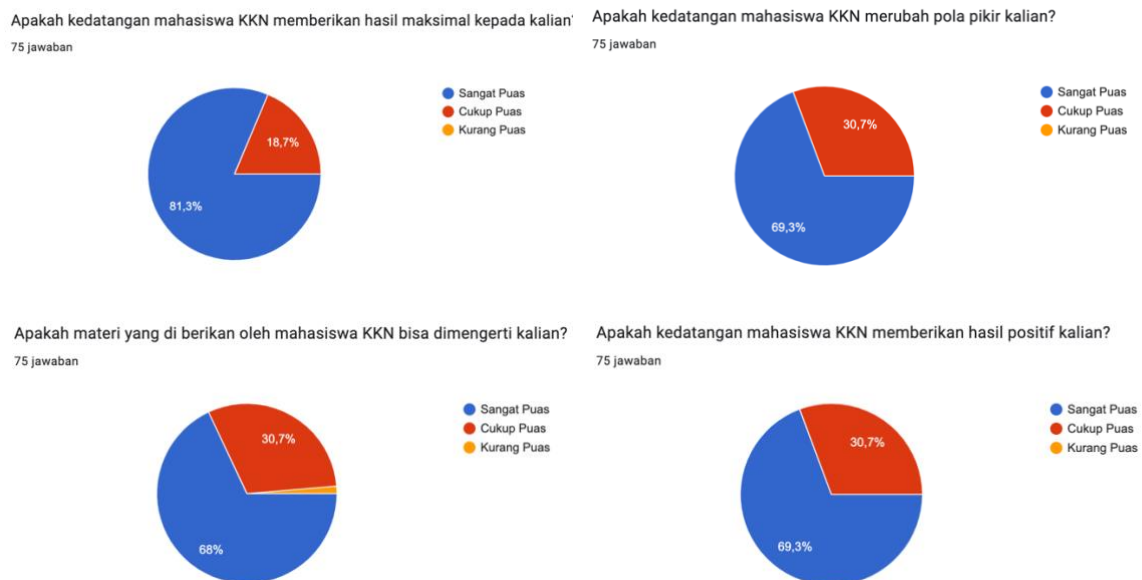
4. Workshop video editing	Memfasilitasi masyarakat pelaku UMKM untuk mengupgrade grade kemampuannya dalam bidang digital marketing dengan membuat video produk UMKM
5. Menghias tempat sampah	Mengkampanyekan kebersihan lingkungan dan meningkatkan kreativitas dalam seni menggambar dengan format kegiatan menghias tempat sampah
6. Kerjabakti dengan warga	Mengkampanyekan kebersihan lingkungan untuk mengantisipasi bencana banjir pada musim hujan saat ini.
7. Pembuatan website profile desa	Memberikan manfaat keilmuan yang dimiliki mahasiswa untuk kebermanfaatan mitra KKN dengan membuat website profile desa yang bermanfaat untuk mempublikasikan desa tersebut.

Sumber: Hasil pelaksanaan (2022)

Beberapa luaran yang dihasilkan melalui kegiatan KKN Pengabdian kepada Masyarakat ini, yaitu: (i) peningkatan *hard skill* para pelaku UMKM di Desa Sitiwinangun dalam menghasilkan video produk yang baik dan menarik (D.P. Adjar et al., 2022), (ii) peningkatan literasi digital bagi para remaja setempat, (iii) video profile desa yang sudah dipublikasikan pada media sosial Youtube, dan (iv) media tempat sampah yang kreatif sebagai bentuk kampanye peduli kebersihan lingkungan.

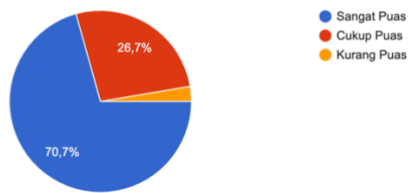
### III.3. Tahap Evaluasi Kegiatan

Pada tahap evaluasi kegiatan, tim KKN melakukan survey kepuasan terhadap pihak mitra KKN. Gambar 8 merupakan tampilan hasil survey dari kegiatan KKN yang telah dilakukan.



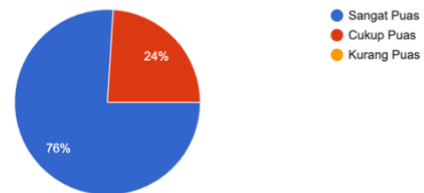
Bagaimana sikap kalian di saat kami memberikan materi?

75 jawaban



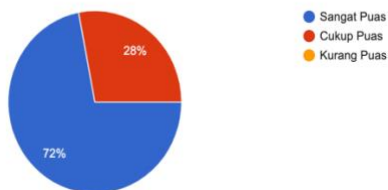
Bagaimana sikap kalian di saat kalian kedatangan kami?

75 jawaban



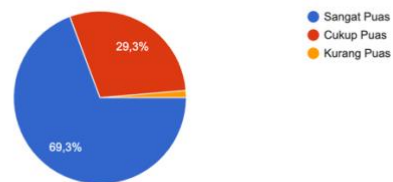
Bagaimana sikap kalian di saat melakukan perlombaan yang di adakan oleh kami?

75 jawaban



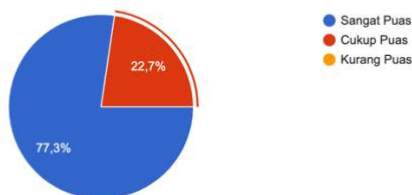
Apakah kalian merasa nyaman pada melaksanakan program yang diberikan oleh mahasiswa KKN?

75 jawaban



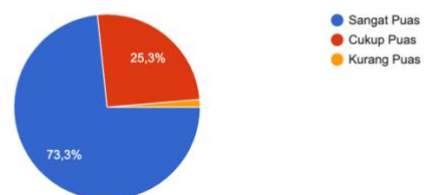
Bagaimana sikap kalian dengan dampak positif dan negatif mengenai materi teknologi?

75 jawaban



Apakah tema, materi dan perlombaan yang di berikan oleh mahasiswa KKN bisa diterima kalian?

75 jawaban



Sumber: Hasil pelaksanaan (2023)

**Gambar 8.** Hasil survey kepuasan pengguna

Evaluasi dilakukan dengan melakukan survey kepuasan peserta menggunakan *Google-Form* yang diisi secara *online*. Sebanyak 75 responden yang telah mengisi survey yang terdiri dari 10 pertanyaan. Hasil penilaian dari para peserta menunjukkan para peserta merasa puas terhadap serangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh tim KKN.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler yang bertempat di Desa Sitiwinangun, Kec. Jamblang, Kab. Cirebon yang berlangsung dari tanggal 21 November – 31 Desember 2022 telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Selama 45 hari menjalankan program KKN dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan KKN berjalan sesuai dengan rencana meskipun terdapat sedikit perubahan, baik pengurangan ataupun penambahan kegiatan. Antusiasme masyarakat dalam mengikuti serangkaian kegiatan KKN menjadi salah satu indikator keberhasilan program. Berbagai program prioritas dilakukan untuk meningkatkan literasi digital bagi masyarakat pelaku UMKM, diantaranya seminar

Menghadapi Era Digital bagi pelaku UMKM sekaligus untuk mengedukasi penggunaan *gadget* dengan bijak bagi anak-anak dan remaja, dan workshop video editing produk UMKM serta pembuatan video profil desa Sitiwinangun. Berbagai *hard skill* yang telah diperoleh dari kegiatan KKN ini semoga dapat memberi kontribusi kepada pelaku UMKM dan masyarakat dalam mengembangkan desa wisata yang inovatif berbasis digital untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memfasilitas mahasiswa dalam terlaksananya kegiatan KKN regular tahun 2022 sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang merupakan mata kuliah wajib. Tak lupa pula kami sampaikan terima kasih banyak kepada Kepala Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon yang telah berpartisipasi sebagai desa mitra dalam program KKN ini.

### Referensi

- Alma Damayanti, E., Sibarani, S. A. R., Maulana, F., & Febrian, R. (2022). Pendampingan Pembuatan Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing UMKM Di Kelurahan Keputih. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 2(2), 145–154.
- Create to Learn: Introduction to Digital Literacy - Renee Hobbs - Google Buku. (n.d.). Retrieved February 19, 2023, from <https://books.google.co.id/books>
- Dina Atika, P., Nidaul Khasanah, F., Herlawati, Sari, R., Retnoningsih, E., Trias Handayanto, R., & Sri Lestari, T. (2021). Pengoptimalan Penggunaan Smartphone Sebagai Digital Marketing Pada SMAN 14 Bekasi. *Journal of Computer Science Contributions*, 1(2), 143–152.
- Dwi Puspita Adjar, D., Ardi Prasetiawati, F., Rifqi Pratama, M., Azizah, N., Khoirotunnisa, F., Wikartika, I., & Sari, R. (2022). Pembuatan Desain Denah Lokasi di Desa Wisata Kampung Kue Surabaya Pada Kegiatan KKN. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 2(2), 185–194.
- Google Maps. (2022). *Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi ke Sitiwinangun*. <https://www.google.com/maps/dir/Universitas+Bhayangkara+Jakarta+Raya+Bekasi,+Jalan+Perjuangan,+RT.003%2FRW.002,+Marga+Mulya,+Kota+Bekasi,+Jawa+Barat/Sitiwinangun,+Kec.+Jamblang,+Kabupaten+Cirebon,+Jawa+Barat/@->
- Khoirotunnisa, F., Wikartika, I., Arrow, S., Sibarani, R., & Sari, R. (2022). Pembuatan Studio Mini Sebagai Sarana Branding Product di Era Digital Marketing Pada UMKM Keputih Surabaya. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 2(2), 175–184.
- Profile Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon. (2022). *Website Resmi Desa Sitiwinangun*. <http://sitiwinangun.desa.cirebonkab.go.id/index.php/first>
- R. Wisnu, P. P., Fathurrozi, A., Kustanto, P., & Achmad H., A. (2021). Pelatihan Pembuatan Toko Online untuk Staf dan Akademisi Ubhara Jaya. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 1(1), 60–70.

- Ramdhania, K. F., Setiawati, S., Khalida, R., Kustanto, P., & Insan. (2022). Penerapan Literasi Digital dan Seni Berbahasa di Kalangan Remaja Masjid Bustanul Ibad Bekasi. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 2(1), 87–96.
- Sari, R., Sari, R., & Novarizal, S. (2021). Aktualisasi Masyarakat Desa Sukamekar Bekasi Dalam Kondisi Pandemi Covid-19 Melalui Program KKN Mahasiswa. *Journal of Computer Science Contributions*, 1(2), 153–164.
- Srisulistiowati, D. B., Rejeki, S., Setiawati, S., & Khairunnisa Fadhilla, R. (2021). Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Ibu-Ibu PKK Perumahan Taman Jatisari Permai Bekasi. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 1(1), 80–84.
- Youtube. (2023). *KKN A15 UbharaJaya 2022*. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_NmbdUlqAxo](https://www.youtube.com/watch?v=_NmbdUlqAxo)