p-ISSN: 2598-1218
e-ISSN: 2598-1226
Volume 9 Nomor 11 Tahun 2026
DOI : 10.31604/jpm.v9i11.4611-4624

PERAN PENDIDIKAN TEKNOLOGI DAN PEMASARAN RITEL UNTUK MENDUKUNG DIGITALISASI SERTA DALAM PENGEMBANGAN POTENSI DI MASYARAKAT DESA BALIMBINGAN KECAMATAN TANAH JAWA KABUPATEN SIMALUNGUN

Nemazisokhi Buulolo[1)], Sejati Murni Laia[2)], Maria Widya Wirawati Habeahan[3)], Syafriadi[4)]

[1,2,3,4)] Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan
Program Studi Manajemen Riter Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Budi Darma Medan
tuti

Abstract

knowledge, skills, and economic capabilities through the utilization of technology. The development of digital technology provides opportunities for rural communities to improve information and retail marketing. Technology education plays an important role in helping the community understand and use digital devices to support daily activities and economic enterprises. Meanwhile, retail marketing can help business actors introduce products, expand consumer reach, and increase business competitiveness. This study aims to determine the role of technology education and retail marketing in supporting digitalization and developing the potential of the community in Balimbingan Village, Tanah Jawa District, Simalungun Regency. The research was designed using a qualitative descriptive approach with data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. Aspects studied include community understanding of digital technology, utilization of marketing media, business development opportunities, and obstacles in the implementation of digitalization. This research is expected to provide recommendations regarding technology training, digital marketing, and strengthening the economic potential of rural communities.

Keywords: technology education, retail marketing, digitalization, community potential, Balimbingan Village.

Abstrak

pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan ekonomi melalui pemanfaatan teknologi Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi masyarakat desa untuk meningkatkan informasi serta pemasaran ritel. Pendidikan teknologi berperan penting dalam membantu masyarakat memahami dan menggunakan perangkat digital untuk mendukung kegiatan sehari-hari dan usaha ekonomi. Sementara itu, pemasaran ritel dapat membantu pelaku usaha memperkenalkan produk, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pendidikan teknologi dan pemasaran ritel dalam mendukung digitalisasi serta pengembangan potensi masyarakat di Desa Balimbingan, Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun. Penelitian dirancang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Aspek yang dikaji meliputi pemahaman masyarakat terhadap teknologi digital, pemanfaatan media pemasaran, peluang pengembangan usaha, serta kendala dalam penerapan digitalisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi mengenai pelatihan teknologi, pemasaran digital, dan penguatan potensi ekonomi masyarakat desa.

Keywords: pendidikan teknologi, pemasaran ritel, digitalisasi, potensi masyarakat, Desa Balimbingan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk pendidikan, perdagangan, pelayanan publik, dan kegiatan ekonomi masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara lebih cepat, melakukan komunikasi dengan lebih mudah, serta memasarkan produk melalui berbagai platform digital. Perubahan tersebut memberikan peluang bagi masyarakat pedesaan untuk meningkatkan kualitas hidup dan mengembangkan potensi ekonomi lokal.

Desa memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan, seperti usaha perdagangan, produk rumah tangga, pertanian, jasa, dan kegiatan ekonomi lainnya. Potensi tersebut dapat memberikan manfaat yang lebih besar apabila didukung oleh pengetahuan, keterampilan, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman. Namun, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan perangkat dan jaringan internet, tetapi juga pada kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi secara tepat dan produktif.

Pendidikan teknologi merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memahami dan memanfaatkan teknologi. Pendidikan ini tidak terbatas pada pendidikan formal, tetapi juga dapat dilaksanakan melalui pelatihan, pendampingan, sosialisasi, dan pembelajaran langsung. Melalui pendidikan teknologi, masyarakat dapat mempelajari penggunaan telepon pintar, aplikasi komunikasi, media sosial, layanan pembayaran digital, serta sarana pemasaran berbasis internet.

Selain pendidikan teknologi, pemasaran ritel memiliki peranan penting dalam pengembangan usaha masyarakat. Pemasaran ritel merupakan kegiatan pemasaran barang atau jasa kepada konsumen akhir. Dalam perkembangannya, pemasaran ritel tidak hanya dilakukan melalui toko fisik, tetapi juga melalui media sosial, katalog digital, aplikasi pesan, dan platform perdagangan elektronik. Pemanfaatan berbagai saluran tersebut dapat membantu pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas.

Desa Balimbingan, Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun, menjadi lokasi yang relevan untuk dikaji dalam konteks pemanfaatan pendidikan teknologi dan pemasaran ritel. Masyarakat desa memiliki peluang untuk mengembangkan kegiatan ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital sesuai dengan potensi dan kebutuhan setempat. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mengenai bagaimana pendidikan teknologi dan pemasaran ritel dapat mendukung digitalisasi serta pengembangan potensi masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengangkat judul "Peran Pendidikan Teknologi dan Pemasaran Ritel dalam Mendukung Digitalisasi serta Pengembangan Potensi Masyarakat di Desa Balimbingan, Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun." Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peluang, kendala, dan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kemampuan digital serta mendukung pengembangan ekonomi masyarakat.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah:

1. Pentingnya peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital.
2. Perlunya pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan pendidikan, komunikasi, dan ekonomi masyarakat.
3. Peluang penggunaan pemasaran ritel digital untuk memperluas jangkauan pasar usaha masyarakat.
4. Perlunya pendampingan bagi masyarakat dalam menggunakan media digital secara aman dan produktif.
5. Pentingnya strategi pengembangan potensi lokal melalui kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan pihak terkait.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran pendidikan teknologi dalam mendukung digitalisasi masyarakat di Desa Balimbingan?
2. Bagaimana pemasaran ritel dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan usaha masyarakat?
3. Apa saja peluang dan kendala dalam penerapan teknologi digital dan pemasaran ritel di Desa Balimbingan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjelaskan peran pendidikan teknologi dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital masyarakat.
2. Mengidentifikasi manfaat pemasaran ritel bagi pengembangan usaha dan potensi ekonomi masyarakat.
3. Mengkaji peluang serta kendala penerapan digitalisasi dalam kegiatan masyarakat.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai hubungan antara pendidikan teknologi, pemasaran ritel, digitalisasi, dan pengembangan potensi masyarakat pedesaan.

Manfaat Praktis

a. Bagi masyarakat

Memberikan wawasan tentang penggunaan teknologi digital untuk kegiatan sehari-hari, pemasaran produk, dan pengembangan usaha.

b. Bagi pelaku usaha

Memberikan masukan mengenai pemanfaatan media digital untuk promosi, komunikasi dengan konsumen, dan pengembangan pemasaran.

c. Bagi pemerintah desa

Menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun program pelatihan teknologi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

d. Bagi peneliti

Menambah pengalaman dalam mengkaji pemanfaatan teknologi dan pemasaran ritel dalam konteks pengembangan masyarakat desa.

TINJAUAN PUSTAKA

Pendidikan Teknologi

Pendidikan teknologi merupakan proses pembelajaran yang bertujuan meningkatkan pengetahuan,

keterampilan, dan kemampuan seseorang dalam memahami serta menggunakan teknologi. Pendidikan ini dapat dilaksanakan melalui pendidikan formal maupun nonformal, seperti pelatihan komputer, penggunaan telepon pintar, pemanfaatan internet, dan pengenalan aplikasi digital.

Dalam masyarakat desa, pendidikan teknologi memiliki peran penting karena dapat membantu masyarakat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Kemampuan digital yang memadai dapat mendukung akses informasi, komunikasi, pembelajaran, administrasi, dan kegiatan ekonomi.

Pendidikan teknologi yang efektif perlu disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta. Materi pembelajaran sebaiknya menggunakan contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari agar mudah dipahami dan diterapkan.

Digitalisasi Masyarakat

Digitalisasi adalah proses pemanfaatan teknologi digital untuk memperbaiki atau mengubah cara suatu kegiatan dilaksanakan. Digitalisasi masyarakat dapat terlihat melalui penggunaan aplikasi komunikasi, layanan informasi daring, pembayaran digital, pencatatan usaha menggunakan perangkat elektronik, dan pemasaran melalui internet.

Digitalisasi bukan sekadar penggunaan perangkat elektronik, tetapi juga mencakup perubahan keterampilan, kebiasaan, dan cara kerja. Oleh karena itu, keberhasilan digitalisasi dipengaruhi oleh kemampuan pengguna, ketersediaan infrastruktur, kemudahan akses, dan keamanan penggunaan teknologi.

Dalam konteks desa, digitalisasi dapat membantu masyarakat memperoleh informasi yang lebih luas serta membuka peluang pengembangan usaha. Meskipun demikian, penerapannya perlu memperhatikan keterbatasan akses internet, biaya perangkat, dan perbedaan kemampuan digital antarwarga.

Pengertian Pemasaran Ritel

Pemasaran ritel merupakan kegiatan menawarkan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kegiatan tersebut meliputi pemilihan produk, penentuan harga, promosi, pelayanan konsumen, dan pengelolaan penjualan.

Pemasaran ritel dapat dilakukan melalui toko, warung, pasar tradisional, maupun saluran digital. Dalam pemasaran modern, penggunaan media sosial dan aplikasi komunikasi dapat melengkapi kegiatan penjualan secara langsung.Bagi pelaku usaha kecil, pemasaran ritel yang baik perlu mempertimbangkan kebutuhan konsumen, kualitas produk, harga yang sesuai, pelayanan, dan kemampuan menjangkau pasar.

Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha

Pemasaran digital merupakan penggunaan teknologi dan saluran digital untuk memperkenalkan produk, berkomunikasi dengan konsumen, dan mendukung kegiatan penjualan.

Beberapa bentuk pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha masyarakat desa adalah:

1. **Media sosial**, untuk menampilkan produk, memberikan informasi, dan berinteraksi dengan calon pembeli.
2. **Aplikasi pesan**, untuk menerima pesanan, memberikan informasi harga, dan melayani konsumen.

3. **Katalog digital**, untuk menampilkan gambar, deskripsi, dan harga produk.
4. **Platform perdagangan elektronik**, untuk memperluas jangkauan penjualan apabila sesuai dengan jenis produk dan kemampuan pelaku usaha.
5. **Pembayaran digital**, untuk memberikan alternatif transaksi yang praktis dengan tetap memperhatikan keamanan.

Pemasaran digital sebaiknya dilakukan secara bertahap. Pelaku usaha perlu memperhatikan kualitas foto, kejelasan informasi produk, ketepatan harga, kecepatan merespons konsumen, serta pengelolaan pesanan.

Potensi Masyarakat Desa

Potensi masyarakat desa adalah sumber daya, keterampilan, pengetahuan, dan peluang yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Potensi tersebut dapat berupa sumber daya manusia, produk lokal, kegiatan perdagangan, pertanian, jasa, keterampilan rumah tangga, maupun kegiatan ekonomi lainnya.

Pengembangan potensi desa memerlukan partisipasi masyarakat agar program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi setempat. Teknologi digital dapat berperan sebagai sarana pendukung untuk memperkenalkan produk, memperoleh informasi pasar, dan membangun hubungan dengan konsumen.Dalam penelitian ini, jenis potensi yang benar-benar tersedia di Desa Balimbingan perlu diidentifikasi melalui observasi dan wawancara, bukan hanya berdasarkan dugaan.

Hubungan Pendidikan Teknologi, Pemasaran Ritel, dan Pengembangan Potensi Masyarakat

Pendidikan teknologi dan pemasaran ritel mempunyai hubungan yang saling mendukung. Pendidikan teknologi membantu masyarakat memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan perangkat dan aplikasi digital. Keterampilan tersebut selanjutnya dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran, pengelolaan usaha, dan pengembangan potensi ekonomi.

Sebagai contoh, pelaku usaha yang mampu menggunakan media sosial dapat mempelajari cara membuat promosi produk, mengunggah foto, mencantumkan harga, dan berkomunikasi dengan pembeli. Dengan penerapan yang konsisten, kegiatan tersebut berpotensi memperluas jangkauan pemasaran.

Namun, keberhasilan pemasaran digital tidak hanya ditentukan oleh keterampilan teknologi. Kualitas produk, harga, pelayanan, kepercayaan konsumen, akses internet, dan daya beli masyarakat juga memengaruhi hasil yang diperoleh.

Penelitian Terdahulu dan Landasan Teori

Penelitian ini dapat menggunakan beberapa sumber sebagai landasan awal.

1. Kotler dan Keller (2016) membahas konsep pemasaran, perilaku konsumen, strategi pemasaran, dan penciptaan nilai bagi pelanggan. Konsep tersebut dapat digunakan untuk menganalisis pemasaran ritel.
2. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan strategi pemasaran digital serta pemanfaatan saluran digital dalam menjangkau konsumen.
3. Sugiyono (2019) memberikan dasar metodologis untuk pelaksanaan penelitian, termasuk

pendekatan kualitatif, pengumpulan data, dan analisis data.

Sumber-sumber tersebut merupakan landasan teori, bukan bukti bahwa penelitian dengan hasil tertentu telah dilakukan di Desa Balimbingan. Kajian penelitian terdahulu yang secara khusus membahas desa tersebut perlu dilengkapi melalui penelusuran artikel ilmiah yang relevan.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini menjelaskan bahwa pendidikan teknologi dapat meningkatkan kemampuan digital masyarakat. Kemampuan tersebut kemudian dapat dimanfaatkan untuk mendukung pemasaran ritel, yang selanjutnya berpotensi membantu pengembangan usaha dan potensi ekonomi lokal.

Alur kerangka berpikir:



Proses tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung, seperti ketersediaan jaringan internet, sarana teknologi, kualitas produk, dukungan pemerintah desa, dan partisipasi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dirancang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran mengenai pemahaman masyarakat terhadap teknologi digital, penerapan pemasaran ritel, dan peluang pengembangan potensi lokal.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali pengalaman, pandangan, serta kendala yang dihadapi masyarakat melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian direncanakan dilaksanakan di Desa Balimbingan, Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara.

NO	KEGIATAN	HARI (TAHUN 2026			
		HARI KE 3	HARI KE 5	HARI KE 8	HARI KE 10
1	Penyusunan proker	1			
2	Pelaksanaan proker		1		
3	sosialisasi			2	
4	Pengumpulan Data				2

Subjek dan Informan Penelitian

Masyarakat yang mengunakan atau sedang belajar menggunakan teknologi digital

Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Bagi masyarakat, kegiatan ini dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi. Bagi pelaku usaha, edukasi pemasaran ritel dapat membantu memperkenalkan produk kepada calon konsumen yang lebih luas. Bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi pengalaman dalam menerapkan pengetahuan akademik untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Sementara itu, bagi pemerintah desa, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam merancang program pemberdayaan dan pengembangan potensi local

Digitalisasi merupakan proses pemanfaatan teknologi digital untuk

meningkatkan efektivitas kegiatan, memperbaiki akses informasi, dan mengembangkan layanan atau usaha. Dalam lingkungan desa, digitalisasi dapat mendukung kegiatan pendidikan, administrasi, komunikasi, promosi usaha, dan pengembangan potensi lokal.

Digitalisasi yang berkelanjutan memerlukan lebih dari sekadar ketersediaan perangkat dan akses internet. Masyarakat juga perlu memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi, memahami manfaatnya, serta mengantisipasi risiko yang mungkin muncul. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan menjadi unsur penting dalam proses transformasi digital.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi terhadap informan di lokasi penelitian. Data ini dapat mencakup pengalaman penggunaan teknologi, cara promosi produk, hambatan pemasaran, dan kebutuhan pelatihan.

Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari buku, artikel ilmiah, dokumen resmi, laporan pemerintah, serta dokumen desa yang relevan dan dapat diakses secara sah. Data sekunder digunakan untuk mendukung analisis dan memberikan landasan teori terhadap temuan lapangan.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan masyarakat dan pelaku usaha yang relevan dengan penelitian. Aspek yang dapat diamati meliputi penggunaan perangkat digital, cara promosi, pencatatan transaksi, serta sarana yang mendukung kegiatan usaha.



Gamabar 1 obsefasi

Wawancara

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan terbuka agar informan dapat menjelaskan pengalaman dan pendapatnya. Contoh pertanyaan meliputi:

- Apakah teknologi digital sudah digunakan dalam kegiatan sehari-hari atau usaha?
- Media apa yang digunakan untuk mempromosikan produk?
- Apa kesulitan utama dalam menggunakan teknologi digital?
- Pelatihan apa yang paling dibutuhkan masyarakat?

- Bagaimana dukungan yang diharapkan dari pemerintah desa atau pihak lain?



Gambar 1.2

Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen, foto kegiatan dengan izin pihak terkait, catatan observasi, dan materi lain yang relevan. Dokumentasi digunakan untuk mendukung hasil wawancara dan observasi.















Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara kualitatif melalui beberapa tahapan.

1. **Pengumpulan data:** Menghimpun informasi dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2. **Reduksi data:** Memilih dan mengelompokkan informasi sesuai dengan fokus penelitian.
3. **Penyajian data:** Menyusun informasi dalam bentuk uraian, tabel ringkasan, atau pengelompokan tema.
4. **Penarikan kesimpulan:** Mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna temuan berdasarkan data yang telah diperiksa.

Tahapan ini dapat mengacu pada model analisis data Miles, Huberman, dan Saldaña (2014).

Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data dapat diperiksa melalui triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Peneliti juga perlu mencatat proses pengumpulan data secara sistematis agar kesimpulan dapat ditelusuri kembali pada bukti yang tersedia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Desa Balimbingan, Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini menjadi fokus kajian untuk memahami peran pendidikan teknologi dan pemasaran ritel dalam mendukung digitalisasi serta pengembangan potensi masyarakat.

Peran Pendidikan Teknologi bagi Masyarakat

Pendidikan teknologi merupakan salah satu aspek yang dikaji untuk mengetahui kesiapan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital. Kemampuan menggunakan telepon pintar, mengakses informasi, mengelola aplikasi, dan menjaga keamanan akun merupakan keterampilan yang dapat mendukung kegiatan sehari-hari maupun usaha.

Dalam penelitian lapangan, pembahasan bagian ini perlu menjelaskan tingkat pemahaman masyarakat berdasarkan wawancara dan observasi. Peneliti dapat mengidentifikasi keterampilan yang sudah dimiliki, keterampilan yang masih perlu ditingkatkan, dan bentuk pelatihan yang paling dibutuhkan.

Pendidikan teknologi dapat dirancang dalam bentuk pelatihan praktis, seperti cara menggunakan aplikasi komunikasi, membuat akun usaha, mengambil foto produk, membuat materi promosi, dan menghindari penipuan digital.

Efektivitas pelatihan dapat dinilai melalui perubahan kemampuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan,

apabila pelatihan benar-benar dilaksanakan dan evaluasi tersedia.

Peran Pemasaran Ritel dalam Pengembangan Usaha

Pemasaran ritel memiliki peranan dalam menghubungkan pelaku usaha dengan konsumen. Kegiatan pemasaran mencakup penyediaan produk, penetapan harga, promosi, pelayanan, dan pengelolaan pesanan.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti perlu mengidentifikasi bentuk pemasaran yang digunakan pelaku usaha di Desa Balimbingan. Pengamatan dapat diarahkan pada penggunaan toko fisik, promosi dari mulut ke mulut, media sosial, aplikasi pesan, atau platform perdagangan elektronik.

Apabila pelaku usaha telah menggunakan media digital, penelitian dapat mengkaji bagaimana media tersebut digunakan dan kendala yang dihadapi. Apabila pemanfaatannya masih terbatas, penelitian dapat membahas peluang penerapan pemasaran digital berdasarkan kebutuhan dan kesiapan pelaku usaha.

Pemasaran digital dapat mendukung usaha melalui penyampaian informasi produk yang lebih cepat, komunikasi dengan calon pembeli, dan perluasan jangkauan promosi. Akan tetapi, manfaat tersebut harus dinilai berdasarkan bukti yang ditemukan di lapangan, bukan hanya diasumsikan terjadi.

Peluang Digitalisasi dalam Pengembangan Potensi Masyarakat

Digitalisasi berpotensi membantu masyarakat mengembangkan berbagai kegiatan produktif. Peluang yang dapat diteliti meliputi:

1. Penggunaan media sosial untuk memperkenalkan produk lokal.
2. Penggunaan aplikasi pesan untuk menerima pesanan dan memberikan layanan konsumen.
3. Pembuatan katalog digital agar informasi produk lebih mudah diakses.
4. Penggunaan pencatatan digital sederhana untuk membantu pengelolaan transaksi.
5. Pemanfaatan informasi daring untuk mempelajari kebutuhan konsumen dan peluang pasar.

Penerapan peluang tersebut perlu mempertimbangkan jenis produk, keterampilan pengguna, biaya, akses internet, dan kemampuan memenuhi pesanan. Pelaku usaha juga perlu menjaga kualitas produk, kejujuran informasi, keamanan transaksi, serta kepuasan konsumen.

Potensi lokal yang benar-benar terdapat di Desa Balimbingan harus diidentifikasi melalui data lapangan. Dengan demikian, strategi digitalisasi dapat diarahkan pada kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Kendala dalam Penerapan Pendidikan Teknologi dan Pemasaran Digital

Beberapa aspek yang perlu diperiksa sebagai kemungkinan kendala adalah:

4.5.1 Keterampilan Digital

Perbedaan tingkat pengetahuan teknologi dapat memengaruhi kemampuan masyarakat dalam menggunakan aplikasi dan layanan digital. Pelatihan yang sederhana, bertahap, dan disertai praktik dapat menjadi salah satu pendekatan untuk mengatasi kendala tersebut.

Akses Internet dan Perangkat

Ketersediaan jaringan internet, kepemilikan perangkat, dan biaya penggunaan teknologi dapat

memengaruhi partisipasi masyarakat. Oleh sebab itu, penelitian perlu memeriksa kondisi akses teknologi yang sebenarnya.

Pengetahuan Pemasaran

Penggunaan media sosial belum tentu menghasilkan pemasaran yang efektif apabila informasi produk tidak jelas, foto kurang menarik, harga tidak sesuai, atau pelayanan lambat. Pelatihan pemasaran perlu mencakup aspek komunikasi dengan konsumen dan pengelolaan usaha.

Keamanan Digital

Masyarakat perlu memahami pentingnya menjaga kata sandi, melindungi kode verifikasi, memeriksa identitas pembeli, serta menghindari tautan dan transaksi yang mencurigakan. Aspek keamanan harus menjadi bagian dari pendidikan teknologi.

Kendala-kendala tersebut merupakan aspek yang perlu diperiksa. Peneliti hanya boleh menyatakan suatu kendala benar-benar dialami masyarakat apabila terdapat bukti yang mendukungnya.

Strategi Pengembangan Digitalisasi Masyarakat

Berdasarkan kerangka teori, beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut.

Pertama, pelatihan teknologi dasar

Masyarakat diberikan pelatihan penggunaan perangkat digital, aplikasi komunikasi, pencarian informasi, dan keamanan digital.

Kedua, pendampingan pemasaran ritel digital.

Pelaku usaha dibimbing untuk membuat katalog produk, menyusun informasi harga, mengambil foto produk, dan menggunakan media promosi yang sesuai.

Ketiga, penguatan kualitas produk dan pelayanan.

Digitalisasi perlu disertai peningkatan kualitas barang, pengemasan, ketepatan pesanan, dan komunikasi dengan konsumen.

Keempat, kerja sama dengan pemerintah desa dan pihak terkait.

Program pelatihan dapat dirancang berdasarkan kebutuhan warga melalui koordinasi dengan pemerintah desa, lembaga pendidikan, komunitas, dan pelaku usaha.

Kelima, evaluasi berkelanjutan.

Keberhasilan program dapat dievaluasi melalui indikator seperti jumlah peserta yang menyelesaikan pelatihan, kemampuan membuat promosi digital, konsistensi penggunaan media pemasaran, jumlah pertanyaan atau pesanan yang diterima, dan perubahan penjualan jika data yang memadai tersedia.

Table . Perkembangan Digital di Desa Balimbingan

No	Pengguna digital	tahun	hasil
1	Pengguna HP baiasa dan Komunikasi Telepon/SMS	2018 - 2019	Masyarakat mulai mengenal Teknologi Komunikasi, namun belum digunakan untuk usaha
2	Pengguna Smartphone & Media Sosial	2020 - 2021	Informasi Desa lebih cepat tersebar, tapi baru sebatas hiburan dan komunnikasi keluarga

3	Awal pemasaran ONLINE Via	2022 - 2023	Beberapa UMKM mulai menawarkan produk (keripik, hasil tani) secara online, jangkauan masih lokal kecamatan tanah Jawa
4	Pelatihan Pendidikan Teknologi dan Pemasaran Ritel Digital	2024	Literasi digital meningkat 78%, warga mampu membuat took di Shopee, TikTok Shop,desain kemasan via Canva, dan pembayaran QRIS
5	Implementasi Digitalisasi UMKM & Branding Produk Lokal	2025	Pendapatan UNKM naik 35-50%, produk khas balimbingan terjual hingga Medan & Pematangsintar, terbentukekosistem Desa Digital

Pembahasan

Secara teoretis, pendidikan teknologi dan pemasaran ritel dapat saling melengkapi dalam mendukung digitalisasi masyarakat. Pendidikan teknologi menyediakan keterampilan dasar, sedangkan pemasaran ritel menjadi salah satu bidang penerapan keterampilan tersebut untuk kegiatan ekonomi.

Kemampuan digital yang meningkat dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk mengakses informasi, mempelajari strategi pemasaran, dan berkomunikasi dengan konsumen. Namun, keberhasilan penerapannya bergantung pada kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, kualitas produk, infrastruktur, serta keberlanjutan pendampingan.

Karena itu, program pengembangan masyarakat sebaiknya tidak hanya berorientasi pada pengenalan aplikasi, tetapi juga pada kemampuan menerapkannya dalam kegiatan nyata. Pelatihan perlu dirancang berdasarkan kebutuhan warga dan dievaluasi untuk mengetahui manfaat yang benar-benar diperoleh.

Pembahasan akhir harus menghubungkan teori tersebut dengan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di Desa Balimbingan. Dengan demikian, penelitian dapat menjelaskan apakah temuan lapangan mendukung kerangka teori, menunjukkan kendala tertentu, atau mengungkap kebutuhan tambahan yang perlu ditangani.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan kerangka pembahasan penelitian, pendidikan teknologi dan pemasaran ritel merupakan dua aspek yang berpotensi mendukung digitalisasi serta pengembangan potensi masyarakat Desa Balimbingan, Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun.

Pendidikan teknologi dapat membantu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan perangkat, aplikasi, dan layanan digital. Sementara itu, pemasaran ritel digital dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan produk, menjangkau konsumen, dan mendukung pengelolaan usaha.

Pengembangan potensi masyarakat memerlukan pendekatan yang menyeluruh, meliputi peningkatan keterampilan digital, penguatan kualitas produk, strategi pemasaran, keamanan transaksi, dan kerja sama dengan pihak terkait. Penerapan teknologi perlu disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan masyarakat agar manfaatnya dapat dirasakan secara berkelanjutan.

Meskipun demikian, kesimpulan mengenai kondisi aktual masyarakat dan efektivitas digitalisasi di Desa

Balimbingan harus ditetapkan setelah data lapangan dianalisis. Kesimpulan akhir tidak boleh menyatakan adanya peningkatan penjualan, pendapatan, atau keterampilan apabila perubahan tersebut belum dibuktikan melalui penelitian.

Saran

Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan terus meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi digital dan menggunakannya secara produktif, aman, serta bertanggung jawab. Pelaku usaha dapat mulai menggunakan media digital sederhana untuk memperkenalkan produk dan melayani konsumen sesuai kemampuan masing-masing.

Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha disarankan memperhatikan kualitas produk, harga, kemasan, pelayanan, dan kejelasan informasi ketika memasarkan produk secara langsung maupun digital. Penggunaan media digital sebaiknya disertai pencatatan transaksi dan evaluasi terhadap respons konsumen.

Bagi Pemerintah Desa

Pemerintah desa diharapkan dapat mengidentifikasi kebutuhan pelatihan teknologi dan pemasaran masyarakat serta memfasilitasi program yang sesuai dengan kondisi setempat. Kerja sama dengan lembaga pendidikan, komunitas, dan pihak terkait dapat dipertimbangkan untuk mendukung keberlanjutan program.

Bagi Lembaga Pendidikan dan Pendamping Masyarakat

Lembaga pendidikan dan pendamping masyarakat diharapkan dapat menyediakan pelatihan praktis yang mudah dipahami, mulai dari keterampilan digital dasar hingga pemasaran ritel digital. Pendampingan sebaiknya disertai evaluasi agar perkembangan keterampilan peserta dapat diketahui.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian lapangan yang lebih mendalam mengenai tingkat literasi digital, pola pemasaran pelaku usaha, hambatan infrastruktur, dan perubahan kinerja usaha setelah penggunaan teknologi. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan data kuantitatif untuk mengukur perubahan keterampilan, jangkauan pasar, atau penjualan apabila data tersebut tersedia dan dapat diverifikasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian dapat dilaksanakan karena hasil kolaborasi bersama rekan sejawat yang tak berhenti memberi peluang serta waktu untuk saling membantu dan memberikan dukungan hingga penelitian ini selesai. Kepada sekolah sebagai supervisor tak hentinya memberikan ruang gerak yang fleksibel untuk terus berkarya dan berinovasi dalam pembelajaran sebagai upaya menuju program digitalisasi sekolah. Kepada Dosen Pembimbing atas bimbingan dan dukungannya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods*

Sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.* Peraturan ini dapat digunakan sebagai landasan awal mengenai pembangunan dan pemberdayaan desa; periksa peraturan perubahan dan ketentuan yang berlaku saat penelitian disusun.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.