



PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK YANG *LESS CONTACT* DI DESA WISATA ADILUHUR MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DIMASA PANDEMI COVID - 19

Oleh

Tri Ginanjar Laksana^{1*}, Dian Nurdiansyah², Novanda Alim Setya Nugraha³, Rima Dias Ramadhani⁴

^{1,2,3,4,5}Institut Teknologi Telkom Purwokerto

Email: ^{1*}anjarlaksana@ittelkom-pwt.ac.id, ²dian@ittelkom-pwt.ac.id,

³novanda@ittelkom-pwt.ac.id, ⁴rima@ittelkom-pwt.ac.id

Article History:

Received: 02-03-2022

Revised: 21-04-2022

Accepted: 23-05-2022

Keywords:

Covid-19, CAM, CHSE, Informasi, Internet, Teknologi.

Abstract: *Data yang telah dipublikasi oleh Kementerian kesehatan Republik Indonesia tahun 2021, terkait perkembangan virus COVID-19, hingga saat menjadi masalah utama bagi kesehatan masyarakat, khususnya bagi perekonomian di Indonesia. Desa Wisata Adiluhur memiliki beragam desa wisata sehingga dapat menggerakkan perekonomian warga desa. Masyarakat sudah mulai sadar dan ikut terlibat langsung dengan aktivitas pariwisata, dimana mereka memberdayakan diri mereka di berbagai kegiatan ekonomi pariwisata seperti menyewakan homestay, berjualan makanan tradisional, dan membuat kerajinan tangan. Produk-produk hasil penduduk di Desa Adiluhur masih dijual secara offline sehingga untuk mendapatkan produk dari desa wisata, masyarakat harus datang langsung. Begitu pula dengan paket wisata museum dan agrowisata belum bisa dibeli secara online. Pengunjung desa wisata Adiluhur paling banyak dari daerah Kebumen saja. Tingkat kunjungan jauh menurun ditambah pengelola belum mampu menerapkan standar CHSE atau Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment Sustainability (Kelestarian Lingkungan). Metode pengabdian masyarakat ini menggunakan penelitian kualitatif dan pendekatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah Community Action Model (CAM), pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara blended learning antara luring dan daring menggunakan zoom meeting. Program pengabdian masyarakat ini dibuka oleh kepala desa adiluhur dan disambut baik oleh kelompok Desa wisata di adiluhur. Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat terkait penerapan teknologi informasi dalam pemasaran produk yang less contact ini mampu meningkatkan pemasaran*



dan penghasilan kelompok desa wisata, dimana sebelumnya awam/tidak tahu terhadap teknologi informasi. Melalui pengabdian masyarakat ini kelompok desa wisata dapat turut aktif dalam pemasaran melalui internet dalam pemasaran produk dengan less contact di desa adiluhur.

PENDAHULUAN

Desa Adiluhur merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Adimulyo dan terletak sekitar 20 KM dari barat daya pusat Kota Kebumen. Pada masa dahulu desa Adiluhur terkenal dengan sebuah pasar yang cukup legendaris yang dikenal dengan nama Pasar Terok dengan aktivitas jual beli utamanya adalah palawija. Desa ini memiliki 6 dukuh yaitu Dukuh Sugran1, Dukuh Sugran 2, Dukuh Alangamba 1, Dukuh Alangamba 2, Dukuh Gebang, dan Dukuh Alasmalang.

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini telah membawa dampak pada terbatasnya pergerakan manusia akibat social distancing dan Physical distancing. Teknologi Informasi memiliki peran yang sangat penting, sebagai solusi untuk mengatasi pembatasan tersebut, diantaranya dalam urusan pemerintahan, Pendidikan, bisnis, ekonomi, kesehatan, bahkan urusan agama dan ibadah (Muafani, 2021). Awal tahun 2020 dunia digemparkan dengan merebaknya virus baru yaitu corona virus jenis baru (SARS-COV-2) (Utami *et al.*, 2021). Menularnya Covid-19 membuat dunia menjadi resah, termasuk di Indonesia. Covid-19 merupakan jenis virus yang baru sehingga banyak pihak yang tidak tahu dan tidak mengerti cara penanggulangan virus tersebut. Seluruh dunia kini disibukkan dengan berbagai upaya pencegahan Covid-19 untuk menahan lonjakan pasien positif karena hingga saat ini masih belum ditemukan obat ataupun vaksinnnya (Komang dan Astini, 2020). Saat ini dampak yang sangat dirasakan oleh masyarakat Indonesia adalah dalam segi ekonomi.

Berdasarkan laporan penelitian terhadap data Kemenkop UMKM yang melaporkan bahwa 56% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan, 22% pada aspek pembiayaan, 15% pada aspek distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Laporan ini merupakan hal serius, mengingat kontribusi UMKM sangat strategis bagi perekonomian Indonesia (Indah Andayani, Maria Veronika R, 2019). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia (Theresa Oktari Wurura, Masye S. Pangkey, 2021). Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa 99,5% tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang UKM (Dewi Diah Fakhriyyah, Yuni Wulandari, 2020).

Banyak hal yang beberapa tahun lalu hanya berupa khayalan akan segera menjadi kenyataan. Berbagai inovasi dalam bidang sistem informasi ini akan sangat bermanfaat jika diterapkan sebagai sarana penunjang sistem pendidikan, terutama untuk meningkatkan secara kuantitatif kapasitas proses pendidikan dalam mengatasi berbagai kendala akibat keterbatasan ruang dan waktu. Tapi kualitas sistem pendidikan hanya dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas interaksi langsung antara pendidik dan anak-didik. Sistem komunikasi data yang bagaimana pun canggihnya hanya akan mengurangi seminimal mungkin degradasi kualitas sistem ketika ditingkatkan secara kuantitatif (Rahmawati, 2017).

Data yang dikeluarkan oleh pemerintah provinsi Jawa Tengah, Data covid 19 yang



terkonfirmasi di Kabupaten Kebumen berada di urutan ke-6 (enam) dengan jumlah konfirmasi kasus positif sebanyak 2.368 jiwa dan total kematian sebanyak 1.684 jiwa (Webpemdakebumen, 2021). Pemerintah mengajak masyarakat untuk berupaya mengakhiri pandemi COVID-19 dengan menerapkan 3 hal utama, yaitu menjaga iman, aman, dan imun. Iman dimaknai dengan menjalankan ibadah sesuai agama dan kepercayaan masing-masing. Aman diartikan sebagai kepatuhan terhadap protokol kesehatan pencegahan COVID-19 yang dikenal dengan 3M (memakai masker, menjaga jarak, dan menghindari kerumunan, serta mencuci tangan pakai sabun) (Utami *et al.*, 2021).

Dampak COVID-19 di Indonesia tidak hanya pada kesehatan, tetapi berdampak pada aspek politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan, serta kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Dampak ekonomi salah satunya pada tempat-desawisata. Berdasarkan data BPS selama Januari-September 2020 kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 3,56 juta kunjungan, angka ini turun 70,57% dibanding Januari-September 2019 yang mencapai 12,10 juta kunjungan. Wisata mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan, dilakukan secara sukarela, bersifat sementara, serta perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata (Dewi Diah Fakhriyyah, Yuni Wulandari, 2020).

Desa Wisata Adiluhur ini sudah cukup memadai dan beragam sehingga dapat menggerakkan perekonomian warga desa. Masyarakat sudah mulai sadar dan ikut terlibat langsung dengan aktivitas pariwisata, dimana mereka memberdayakan diri mereka di berbagai kegiatan ekonomi pariwisata seperti menyewakan homestay, berjualan makanan tradisional, dan membuat kerajinan tangan. Produk-produk hasil penduduk di Desa Adiluhur masih dijual secara offline sehingga untuk mendapatkan produk dari desa wisata, masyarakat harus datang langsung ke Desa Adiluhur. Begitu pula dengan paket wisata museum dan agrowisata belum bisa dibeli secara online. Pengunjung desa wisata Adiluhur paling banyak dari daerah Kebumen saja.

Dengan adanya Pandemi Covid-19, tingkat kunjungan jauh menurun ditambah pengelola belum mampu menerapkan standar CHSE atau Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment Sustainability (Kelestarian Lingkungan). Padahal Desa Wisata Adiluhur meraih Juara 1 Desa Wisata Terbaik Tingkat Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019 dan menjadi 244 Desa Wisata Tingkat Nasional yang akan langsung dibina dibawah Kemendagri RI. Tentunya hal ini menjadi tugas dari Perguruan Tinggi khususnya IT Telkom Purwokerto untuk hadir menjadi mitra dengan menawarkan solusi berupa Pemberdayaan Desa Wisata Adiluhur Dengan Teknologi Informasi di Masa Pandemi Covid 19 Dalam Pemasaran Produk Yang Less Contact di Desa Adiluhur, Kec. Adimulyo.

Pemberdayaan masyarakat dalam pencegahan COVID-19 adalah semua upaya yang dilakukan oleh semua komponen masyarakat dengan potensi yang dibutuhkan oleh komunitas. Pentingnya pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi, dan menentukan strategi keberlangsungan penjualan produk dengan less contact, selain itu diharapkan terciptanya peningkatan ekonomi masyarakat melalui optimalisasi peran masyarakat dan mengembangkan produk baru yang ikonik sesuai karakteristik Desa Adiluhur Kecamatan Adimulyo Kabupaten Kebumen.

METODE



Pendekatan dalam pengabdian masyarakat di desa adiluhur ini menggunakan desain penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran pengetahuan dan penerapan peningkatan produk penjualan dengan less contact di Desa Adiluhur. Kegiatan pemberdayaan dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2021. Metode peningkatan pemberdayaan yang digunakan Community Action Model (CAM) (Murphy, 2012).

Dimana model pendekatan ACM memiliki lima (5) tahapan : 1. Diskusi dengan penduduk desa adiluhur terkait isu atau akar masalah yang terjadi saat ini. hari pertama tim IT Telkom purwokerto melakukan wawancara dengan beberapa warga desa adiluhur untuk identifikasi dan menggambarkan akar masalah yang menjadi faktor utama penjualan produk dimasa pandemi. Penyebaran virus COVID- 19 telah menjadi akar masalah yang semua negara terdampak dan merasakan akibatnya baik untuk kesehatan dan khususnya pada ekonomi di Indonesia. Bertambahnya Kasus COVID-19 dari hari ke hari terus mengalami peningkatan tiap maka perlu berbagai upaya untuk terus dapat menumbuhkan ekonomi.

Tahap 2 : Upaya yang dilakukan dalam peningkatan pemasaran produk yang less contact adalah melakukan brainstorming (wawancara) langsung terkait apa saja yang terdampak di desa wisata adiluhur karena adanya covid COVID-19. Atribut sebagai sumber informasi dikategorikan menjadi dua, informan utama dan informan kunci khusus. Informan utama sebagai penduduk desa yang dapat menjelaskan secara rinci dan keseluruhan mengenai permasalahan – permasalahan di desa wisata adiluhur dan lingkungan sekitarnya. Pada pengabdian mastakat ini ini yang berperan sebagai informan khusus adalah pejabat pemegang desa wisata adiluhur (pak kades). Dimana, informan khusus memiliki keahlian yang dapat digali informasinya tentang kondisi saat ini di desa wisata adiluhur. Pada pengabdian masyarakat ini, yang ditunjuk sebagai informan khusus selain kepada desa, juga ketua, wakil ketua, dan penduduk desa yang berada di desa wisata adiluhur.

Tahapan ketiga (3) adalah melakukan analisis dan hipotesis pengamatan dilapangan setelah tahap satu dan tahapan 2 dengan mengintegrasikan temuan masalah ke dalam rencana yang diusulkan. Setelah dilakukan wawancara kepada informan serta observasi perilaku dan lingkungan, didapatkan deskripsi pengetahuan dan praktik terhadap pemanfaatan teknologi informasi yang akan digunakan sebagai alat untuk menjual produk yang less contact disaat pandemi COVID-19 di desa wisata adiluhur.

Tahapan keempat (4). Desain Intervensi. Intervensi yang diberikan kepada penduduk desa wisata adiluhur berupa sosialisasi dan peningkatan pengetahuan kelompok P2L Desa wisata adiluhur mengenai pemanfaatan teknologi informasi dalam meningkatkan produk penjualan dengan less contact disaat pandemi COVID-19. Peserta yang diberikan pengetahuan adalah Kelompok P2L desa Wisata Adiluhur, Kecamatan Adimulyo, Kabupaten Kebumen, Provinsi Jawa Tengah. Jumlah peserta yang mengikuti pemberdayaan masyarakat berjumlah 14 orang. Pendekatan yang digunakan pada pengabdian masyarakat ini adalah pendekatan diskusi dan tanya jawab kelompok melalui media infokus, kertas A4 dan via zoom. Materi edukasi yang diberikan yaitu pengenalan teknologi informasi dan internet, CHSE (*Cleansline, Health, Safety, ann Environment Sustainability*) serta Aplikasi instagram dan facebook untuk penerapan penjualan produk less contact.

Tahapan kelima (5) : yaitu melakukan Evaluasi dan Memantau pelaksanaan dilapangan. Evaluasi yang dilakukan bertujuan menilai apakah kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dapat diaplikasikan oleh tim P2L desa wisata Adiluhur. Monitoring yang dilakukan juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hasil yang dapat diukur dalam



peningkatan pengetahuan dan praktik yang dilakukan dengan membagikan pretest sebelum edukasi dan posttest setelah edukasi.

HASIL

Dalam memastikan keberhasilan output dari pengabdian masyarakat ini, maka ada beberapa hal yang telah diukur dalam peningkatan pengetahuan kelompok desa wisata adiluhur terkait pemanfaatan teknologi informasi. Dalam proses memonitoring dan mengevaluasi tahapan yang pertama mengetahui karakteristik peserta yang telah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat, yang dapat dilihat pada tabel 1. Dibawah ini:

Tabel 1. Karakteristik Peserta

No	Nama Peserta (Inisial)	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	RSM	60	P	SD	Tidak bekerja
2	SKM	50	P	SD	Tidak bekerja
3	MRH	59	P	SD	Tidak bekerja
4	SRY	49	P	SD	Tidak bekerja
5	SLY	44	P	SD	Tidak bekerja
6	JSM	54	P	SD	Tidak bekerja
7	SMY	45	P	SMP	Tidak bekerja
8	WNN	32	P	SMA	Tidak bekerja
9	RSH	57	P	SMA	Tidak bekerja
10	MKH	45	P	SD	Tidak bekerja
11	SRM	56	P	SD	Tidak bekerja
12	SFT	46	P	SMP	Tidak bekerja
13	PRH	44	P	SMA	Tidak bekerja
14	TPK	26	L	S1	Bekerja

Berdasarkan hasil pada tabel 1. Karakteristik peserta menunjukkan bahwa rata – rata peserta adalah wanita dengan rentang usia 36 tahun hingga 60 tahun dan pendidikan terakhir yakni SD, SMP, dan SMA, dan 1 peserta adalah pria dengan usia 26 tahun pendidikan terakhir S1. Tidak hanya memberikan pengetahuan kepada peserta, tim juga melakukan observasi perilaku Kelompok P2L desa wisata adiluhur dan observasi lingkungan yang mencerminkan gambaran penerapan teknologi informasi guna melakukan penjualan agar mengurangi resiko terpapar COVID-19 di Desa Adiluhur. Observasi perilaku berupa pengamatan langsung, Berdasarkan hasil observasi didapatkan gambaran bahwa masih banyak anggota P2L menjual produknya secara bertatap muka.

Kemudian monitoring dan evaluasi selanjutnya adalah, melalui distribusi Peserta berdasarkan jenis kelamin Tabel 2 distribusi peserta berdasarkan jenis kelamin dibawah ini, menunjukkan bahwa mayoritas Peserta adalah perempuan. Terdapat 13 Peserta berjenis kelamin perempuan dengan persentase 93% dan 8 Peserta berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 7%.

Tabel 2. Distribusi Peserta



Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
P	13	93
L	1	7
Total	14	100%

Selanjutnya Tabel 3. Distribusi peserta berdasarkan umur, dibawah ini menunjukkan bahwa rata-rata kelompok P2L desa wisata adiluhur berusia 45 tahun, dengan usia terendah yaitu 26 tahun dan usia tertinggi 60 tahun.

Tabel 3. Distribusi Peserta Berdasarkan Umur

Variabel	Usia (Tahun)			
	Mean	SD	Minimum	Maximum
Umur	14	9,7	26	60

Berdasarkan tabel 4. Distribusi Peserta berdasarkan tingkat pendidikan dibawah, didapatkan hasil bahwa mayoritas anggota P2L desa wisata adiluhur memiliki tingkat pendidikan terakhir S1 sebesar 7%. Terdapat 57% Peserta dengan tingkat pendidikan SD, 11% Peserta dengan tingkat pendidikan SMP dan 21% Peserta dengan tingkat pendidikan SMA.

Tabel 4. Distribusi Peserta Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	8	57
SMP	2	11
SMA	3	21
S1	1	7
Total	14	100

Tabel 5 distribusi Peserta berdasarkan status pekerjaan, dibawah ini menunjukkan bahwa mayoritas anggota P2L desa wisata adiluhur adalah tidak bekerja sebesar 93%. Terdapat 1 Peserta masih berstatus bekerja dengan persentase 7%, dan 0 Peserta yang tidak berstatus dengan persentase 0%. Kegiatan pengabdian masyarakat untuk kelompok P2L dilakukan pada bulan Agustus 2021 pada masa pandemi COVID-19. Evaluasi kegiatan intervensi dinilai dari dua aspek yakni evaluasi pengetahuan sebagai media edukasi dan dan penilaian praktik untuk mengetahui seberapa besar penyerapan baik teori maupun praktek saat pelaksanaan pengabdian masyarakat.

**Tabel 5. Distribusi Peserta Berdasarkan Status Pekerjaan**

Status Pekerjaan	Frekwensi	Persentase (%)
Pelajar/ Mhs	0	0
Bekerja	1	7
Tidak Bekerja	13	93
Total	14	100

Pengetahuan

Sebagian besar pengetahuan diperoleh dari mata dan telinga, dimana dihasilkan setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu obyek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. (Notoatmodjo, 2012).

Pelaksanaan evaluasi pengetahuan didahulukan pembagian soal pre test dimana bertujuan untuk mengetahui dasar pengetahuan yang dimiliki kelompok P2L desa wisata adiluhur. Apakah sudah pernah mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana mempromosikan produk desa wisata melalui pemanfaatan teknologi informasi, khususnya media sosial. Peserta sudah banyak mendapatkan informasi terkait pemanfaatan teknologi informasi baik melalui sosialisasi langsung maupun online.

Berdasarkan pretest dan posttest, terdapat 1 orang yang menjadi kriteria eksklusi karena tidak mengisi kuesioner saat posttest. Dari hasil analisis, didapatkan hasil pretest pengetahuan sebesar 53% dan posttest sebesar 60%.

Tabel 6. Hasil Pretest & Post Test Pengetahuan

Jumlah Responden	Pengetahuan	
	Pre Test	Post test
14 Peserta	53%	60%

Hal ini menunjukkan adanya peningkatan persentase sebesar 7%. Meskipun peningkatan persentase pengetahuan kecil, dapat disimpulkan secara garis besar bahwa peserta edukasi sudah memiliki pengetahuan yang benar terkait pemanfaatan teknologi informasi, dibuktikan dengan nilai pretest dan posttest yang mencapai lebih dari 55%. Pengetahuan Peserta belum meningkat secara signifikan dapat disebabkan karena faktor – faktor terkait seperti pendidikan dan usia yang kurang mendukung edukasi berlangsung.

Penggunaan media sosial dapat dengan mudah menciptakan peningkatan penjualan produk di desa wisata adiluhur. Pemanfaatan media sosial sangat mudah membuat individu berkomunikasi dan berkomentar kemudian bertukar pikiran tentang berbagai produk yang dijual. Whatsapp sebagai salah satu media sosial saat ini banyak digunakan untuk kepentingan bersosialisasi maupun sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok (Trisnani, 2017). Di era serba digital ini, penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang besar. Media sosial melalui internet memiliki potensi besar untuk melakukan promosi produk dan lainnya.

Praktik/ Penerapan

Hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan menunjukkan bahwa peserta sudah memiliki kemampuan terkait bagaimana memraktakan dengan berbagai media sosial dalam memasarkan produk terkait. Hal ini diperoleh melalui hasil praktik baik sebelum dan sesudahnya, dengan jumlah peserta 20 orang dan diperoleh data sebesar 83,3% (pretest) dan



terjadi peningkatan nilai sikap pada post test sebesar 6,5% menjadi 89,8%, seperti yang tertera pada tabel 7. Hal ini menggambarkan bahwa kegiatan edukasi yang diberikan memiliki dampak terhadap kemampuan hardskill. Peningkatan hardskill peserta terkait penerapan memfoto produk yang ingin dipasarkan, yang ditunjukkan pada tabel berikut ini.

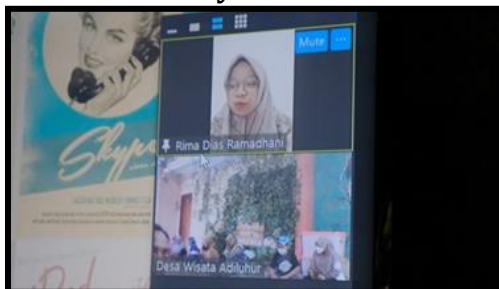
Tabel 7. Hasil Pretest & Post Test Praktik

Jumlah Responden	Praktik	
	Pre Test	Post test
14 Peserta	83,3%	89,8%

Berikut bukti dokumentasi kegiatan Pemberdayaan Desa Wisata Adiluhur Dengan Teknologi Informasi Di Masa Pandemi Covid 19 Dalam Pemasaran Produk Yang Less Contact



Gambar 1. Kegiatan Pemberdayaan Desa Wisata Adiluhur (Luring)



Gambar 2. Kegiatan Pemberdayaan Desa Wisata Adiluhur (Daring) via Zoom Meeting

KESIMPULAN

Hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa mayoritas Peserta telah memiliki pengetahuan yang benar terhadap pemanfaatan teknologi informasi dalam peningkatan penjualan produk yang less contact serta bagaimana menerapkan standar CHSE atau Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment Sustainability (Kelestarian Lingkungan), dimana terlihat dari hasil pretest dan post test yang menunjukkan peningkatan nilai akhir. Metode penjualan produk desa wisata saat ini sudah mulai beralih menggunakan sosial media dalam hal ini sudah mampu merapkan penjualan dengan less conact. Rata – rata kelompok desa wisata adlihur sudah memiliki hanphone untuk mulai menjual produk – produknya di media sosial untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19. Anggota desa wisata sudah mengetahui pentingnya mencuci tangan dan berperilaku bersih. Pengabdian masyarakat pada kelompok P2L yang dilakukan baik secara luring dan daring melalui aplikasi zoom dinilai cukup sesuai sebagai media dan sumber untuk mengedukasi masyarakat sebagai upaya promosi produk dalam mencegah penyebaran COVID-19 di Indonesia.



PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih disampaikan kepada panitia dan kepala desa setempat, sekaligus IT Telkom Purwokerto yang telah membiayai akan terselenggaranya pengabdian masyarakat ini. Kedepan kami penulis akan terus mengabdikan diri kepada bangsa dan negara dengan kegiatan - kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema dan kegiatan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adisel, A. G. P. (2020) "Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Sistem Manajemen Pembelajaran pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal of Administrasi and education Management*, 3(1), hal. 1-10.
- [2] Aisa, A. dan Lisvita, L. (2020) "Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Online Masa Covid Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Online Masa Covid-19," *Journal of Education and Management Studies*, 3(4), hal. 47-52.
- [3] Astini, N. K. S. (2020) "Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Tingkat Sekolah Dasar pada Masa Pandemi Covid-19 Diterima," *Jurnal Lampuhyang Lembaga Penjaminan Mutu STKIP Agama Hindu Amplapura*, 11(2), hal. 13-25.
- [4] Budi Sutrisno, Idil Akbar, N. I. S. (2019) "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi Informasi Finansial," *Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), hal. 1-8.
- [5] Chasanah, U. et al. (2021) "Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi COVID-19 melalui Pembuatan Sabun Cuci dari Minyak Jelantah sebagai Upaya Mengurangi Pencemaran Lingkungan Uswatun," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 2(1), hal. 8-16.
- [6] Dewi Diah Fakhriyyah, Yuni Wulandari, C. K. (2020) "Sosialisasi digital marketing dan inovasi produk pada ukm gula merah guna mempertahankan ekonomi di masa pandemi covid-19," *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 1(4), hal. 311-317.
- [7] Hermawan, A. (2020) "Pemberdayaan PAUD Unggulan KB Kartini (Studi Program PHBS Menghadapi Pandemi Covid-19)," *Islamic Management and Empowerment Jjournal*, 2(1), hal. 67-80. doi: 10.18326/imej.v2i1.67-80.
- [8] Indah Andayani, Maria Veronika R, W. Y. (2019) "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19," *Pembardayaan Masyarakat*, 1(1), hal. 12-20.
- [9] Komang, N. dan Astini, S. (2020) "Tantangan Dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pembelajaran Online Masa Covid-19," *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(2), hal. 241-255.
- [10] Muafani (2021) "Pemanfaatan Teknologi Informasi di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Pemberdayaan Masyarakat," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(2), hal. 134-139.
- [11] Nardi Sunardi, Rosa Lesmana, D. (2020) "Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1), hal. 1-27.
- [12] Rahmawati, T. (2017) "Pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat," *2Pemberdayaan*



Masyarakat, 1(2), hal. 1–10.

- [13] Roida Pakpahan, Y. F. (2020) “Analisa Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Jarak Jauh di Tengah Pandemi Virus Corona Covid-19,” *Journal Information System, Applied, Manajemen, Acoounting and Ressearch*, 4(2), hal. 30–36.
- [14] Sucika Armiani, Siti Rabiatul, dkk (2020) “Pelatihan Pembuatan Masker Sebagai Upaya Antisipasi Penyebaran Covid-19 di Desa Anyar Kabupaten Lombok Utara,” *Jurnal Pengabdian Undikma*, 1(1), hal. 22–27.
- [15] Sukma Irdiani, Kunanto Damawan, dkk (2021) “Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid-19 Melalui Pawon Urip,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(02), hal. 103–110.
- [16] Supriyanto (2004) “Pemberdayaan Teknologi Informasi Untuk Keunggulan Bisnis,” *Pemberdayaan Teknologi Informasi*, 2(1), hal. 99–112.
- [17] Theresa Oktari Wurura, Masye S. Pangkey, J. R. (2021) “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan usaha Mikro di Kelurahan Imandi Pada Pandemi Covid-19,” *Jurnal JAP*, VII(102), hal. 61–69.
- [18] Unik Hanifah Salsabila, Lailli Irna Sari, K. H. L. (2020) “Peran Teknologi Dalam Pembelajaran di Masa Pandemi Covid 19,” *Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, 17(2), hal. 188–198. doi: 10.46781/al-mutharahah.v17i2.138.
- [19] Utami, S. *et al.* (2021) “Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Burai melalui Edukasi Protokol Kesehatan COVID-19 Menggunakan Whatsapp Empowerment of Tourism Awareness Groups (POKDARWIS) in Burai Village through COVID-19 Health Protocol Education Using Whatsapp,” *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), hal. 95–108.
- [20] Vidya Fauzia Utami (2019) “Pelatihan Budidaya Tanaman Hias Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Dusun Watu Agung Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang ditengah Pandemi Covid-19,” *Pengabdian Masyarakat*, 1(1), hal. 1–15.