

LAPORAN TAHAP PERTAMA

PENGABDIAN MASYARAKAT DRPM UNIVERSITAS INDONESIA

DESA MITRA

Judul Program

Program Peningkatan Potensi Madu Napan - Timor Tengah Utara Nusa Tenggara Timur Melalui Pemasaran Media Sosial Facebook Model Kemitraan Untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal Bagi Keberlangsungan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Broadband Terpadu

Pengusul

ENDAH TRIASTUTI, PHD

Bab 1. Pendahuluan

1.1. Analisis Situasi

Desa Napan, Timor Tengah Utara, Nusa Tenggara Timur adalah salah satu dari 50 desa yang termasuk Desa Broadband Terpadu. Desa Broadband Terpadu adalah program pemerintah di era Presiden Jokowi yang menjadi bagian dari program Nawa Citta yang dimulai tahun 2014. Program Desa Broadband Terpadu bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan daerah-daerah 3T (Terluar, Terdalam dan Terjauh) di Indonesia melalui program TIK.

Pada tahun 2015, Kemenkominfo membangun infrastruktur internet berbasis komunitas di 50 desa di wilayah 3T. Di setiap kantor desa, pemerintah menyediakan perangkat komputer, printer, scanner, sambungan internet. Selain itu, pemerintah juga menunjuk seorang pengelola TIK desa yang mereka sebut dengan pandu desa. Pandu desa diberi pengetahuan dan keahlian melalui pelatihan-pelatihan TIK sehingga diharapkan mereka dapat mengelola internet desa.

Pada tahun 2016, pemerintah di bawah koordinasi Kemenkominfo mengadakan pemetaan sosial pada 50 desa tersebut. Tujuan dari pemetaan sosial ini adalah untuk mengetahui potensi dan kendala ekonomi di setiap desa sesuai konteks mereka masing-masing. Dari hasil tersebut, studi menentukan ada 13 jenis desa berdasarkan mata pencaharian mereka (Triastuti, 2016).

Selain jenis desa, studi tersebut juga berhasil menggali dan memetakan potensi dan kendala ekonomi dari setiap 50 desa di daerah 3T. Studi tersebut menemukan bahwa walaupun 50 desa DBT memiliki hasil kekayaan yang memiliki potensi ekonom, namun karena kondisi mereka (jauh, belum ada listrik, belum ada sarana transportasi, dan lainnya) menyebabkan potensi ekonomi desa tidak pernah mendapat celah untuk maju dan berkembang.

Sayangnya, tidak ada kelanjutan program DBT terkait dengan hasil pemetaan jenis desa yang bertujuan untuk menguatkan potensi ekonomi desa tersebut. Walaupun pada tahun 2016 akhir pemerintah di bawah koordinasi Kemenkominfo membuat beberapa aplikasi yang berfungsi untuk menguatkan daya perdagangan masyarakat di daerah 3T berdasarkan mata pencaharian masyarakat desa.

Sementara, pada akhir tahun 2016 pemerintah mengujikan beberapa aplikasi mata pencaharian untuk membantu meningkatkan potensi ekonomi di daerah 3T. Aplikasi-aplikasi itu beberapa di antaranya adalah Desaku, Petani, Hukaku, SOS, dan Huma. Namun, aplikasi ini tidak pernah diujikan di desa-desa DBT.

Karenanya, program ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah pilot project yang bertujuan meneruskan gagasan mengenai penguatan potensi ekonomi lokal melalui TIK yang telah dimulai oleh pemerintah di bawah koordinasi Kemenkominfo sejak tahun 2015-2017 melalui program DBT.

Program ini akan memProgram ini memiliki tiga tahapan, yaitu:

1. Pelatihan penggunaan facebook marketing. Pada tahap ini, studi bertujuan untuk membiasakan masyarakat menggunakan media sosial untuk hal-hal positif terkait dengan mata pencaharian mereka.

2. Pelatihan penulisan promosi produk yang melibatkan unsur customer touchpoint dengan tujuan menciptakan keterikatan (engagement) antara konsumen dan produk. Termasuk di dalam penulisan dengan pendekatan customer touchpoint ini adalah unsur proses dan unsur produk
3. Pelatihan kewirausahaan online, terutama cara untuk menggunakan aplikasi Desaku sebagai alat penjualan

1.2. Solusi Pemecahan Masalah

Secara general, program ini akan memanfaatkan IPTEKS untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat di desa Napan, TTU Nusa Tenggara Timur. Program ini akan memperkenalkan dua platform teknologi, yaitu Facebook dan Desaku. Hasil uji coba aplikasi Desaku memperlihatkan bahwa aplikasi Desaku hanya membantu proses penjualan produk desa.

APlikasi ini melupakan satu faktor penting dalam jual beli, yaitu pemasaran. Layanan pemasaran, termasuk promosi tidak diberikan oleh aplikasi Desaku. Padahal, proses promosi amat penting dalam proses jual beli. Karenanya, program ini memutuskan untuk memperkenalkan Facebook marketing sebagai teknologi yang akan membantu proses promosi.

1.3. Kontribusi Tim

Tim ini terdiri dari enam orang, yaitu ketua peneliti, peneliti senior, dua peneliti madya, peneliti lokal dan tenaga administrasi. Ketua peneliti bertugas untuk mengembangkan instrument yang diperlukan dalam melangsungkan program pemberdayaan desa mitra ini. Instrumen yang dimaksud meliputi:

- Strategi dan langkah-langkah pelatihan facebook marketing
- Strategi dan langkah-langkah pelatihan penggunaan aplikasi Desaku
- Strategi dan langkah-langkah consumer touchpoint marketing.
- Strategi dan langkah-langkah evaluasi.

Ketua peneliti juga bertugas memantau semua jalannya program pemberdayaan desa mitra. Sementara peneliti senior bertugas untuk menjalankan program di lapangan. Ia bertugas untuk menjalankan dan mengkoordinir jalannya pelatihan-pelatihan dan evaluasi di desa dan di lingkungan Universitas Indonesia, yang keseluruhan mencakup 4 tahap.

Peneliti madya bertugas menjadi tenaga pendukung peneliti utama dan peneliti senior, terutama dalam mendokumentasikan seluruh kegiatan di lapangan. Peneliti madya juga bertugas untuk manajemen keuangan lapangan.

Tenaga administrasi bertugas memberi dukungan administrasi pada keseluruhan program pemberdayaan mitra ini. Dukungan administrasi tersebut termasuk mempersiapkan perijinan, perlengkapan administrasi dan penelitian.

Sementara peneliti lokal bertugas memberi dukungan pada tim peneliti dengan membantu memastikan dan memantau keberlangsungan program di lokasi selama enam bulan. Peneliti lokal juga bertugas melakukan evaluasi aktivitas pemberdayaan di desa.

1.4. Keterlibatan Mitra dan Sustainability

Desa mitra program pemberdayaan ini adalah Desa Napan, Timor Tengah Utara, Nusa Tenggara Timur. Desa ini adalah salah satu desa DBT. Desa ini memiliki satu operator desa (Pandu Desa) yang bertugas menjaga proses difusi inovasi teknologi di desa Napan sejak tahun 2015.

Desa Napan TTU NTT ini sejak tahun 2015 telah berkomitmen untuk turut serta membantu pemerintah agar TIK dapat memberdayakan perekonomian desa. Itu sebabnya pemerintah daerah berpartisipasi dalam pembiayaan honor tenaga operator desa. Honor tersebut merupakan gaji per bulan yang diperoleh operator desa untuk memastikan bahwa semua sarana TIK berjalan dengan baik. Selain itu operator desa juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa sarana TIK yang terdapat di kantor desa dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh penduduk desa Napan.

Bab 2. Uraian kegiatan

2.1. Peta Sosial Desa Napan Timor Tengah Utara Nusa Tenggara Timur

Letak Geografis dan Wilayah Administrasi

Desa Napan terletak di wilayah kecamatan Bikomi Utara, Kabupaten Timor Tengah Utara, Nusa Tenggara Timur. Desa ini berjarak sekitar 200 km dari ibukota Provinsi (Kupang) dan dapat ditempuh selama sekitar lima jam perjalanan dengan menggunakan mobil dari kota Kupang. Napan berjarak 26 km dari ibukota Kabupaten yaitu Kefamenanu dan memiliki waktu tempuh sekitar 45 menit hingga satu jam perjalanan dengan menggunakan motor atau mobil.

Untuk menjangkau desa Napan, menempuh perjalanan melintasi perbukitan dengan kondisi jalan beraspal dan relatif mulus dari jalur provinsi, kabupaten, jalur poros utama desa hingga perbatasan desa dengan distrik Oecusse di Timor Leste. Sementara kondisi ruas jalan menuju kantor kecamatan Bikomi Utara yang berada di wilayah desa Napan, yang merupakan salah satu cabang jalan poros utama, masih belum memadai karena masih berupa jalan tanah dan pergerasan. Sementara kewilayahan desa Napan dibagi atas 3 (tiga) wilayah dusun yaitu:

1. Dusun I (Oelfaub)
2. Dusun II (Komben)
3. Dusun III (Pusmuti)

Berdasarkan tata administrasi kewilayahan, Desa Napan berbatasan dengan:

Tabel 1: Batas Wilayah Desa

BATAS	DESA/KELURAHAN	KECAMATAN
Sebelah Utara	Desa Banain B	Bikomi Utara
Sebelah Selatan	Desa Tes	Bikomi Utara
Sebelah Timur	Desa Sainoni	Bikomi Utara
Sebelah Barat	Negara Demokratik Timor Leste	Oesilo (Bobo Meto) Distric Oecusse

Luas Wilayah Desa Napan dan Pemanfaatan

Napan didominasi wilayah perkebunan atau ladang milik masyarakat dengan cakupan luas 246 ha. Selain itu wilayah desa difungsikan sebagai area pemukiman, makam, persawahan serta sarana dan prasarana sosial lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari profil desa, luas keseluruhan wilayah desa Napan adalah 6,2 Km² dengan rincian penggunaan wilayah sebagai berikut:

Tabel 2: Wilayah Menurut Penggunaan Luas

Luas Pemukiman	39 ha/m ²
Luas Persawahan	18 ha/m ²
Luas Perkebunan	246 ha/m ²
Luas Kuburan	140,5 ha/m ²
Luas Pekarangan	3,5 ha/m ²
Luas Taman	1,5 ha/m ²
Perkantoran	7 ha/m ²
Luas Prasarana Umum lainnya	115 ha/m ²
Total Luas Wilayah	602 ha/m²

Pemukiman dan Perumahan Penduduk

Jenis Fisik Perumahan

Jenis perumahan dan kepemilikannya dapat dirinci sebagai berikut:

1. Rumah permanen: 51 KK
2. Rumah semi permanen: 136 KK
3. Rumah darurat: 70 KK

Berdasarkan data profil desa dan hasil pengamatan, terlihat bahwa terdapat rumah atau hunian fisik permanen di Napan daripada desa lain yang bentuk huniannya didominasi oleh rumah semi permanen dan rumah darurat misalnya seperti yang terdapat di desa Tes. Hal ini secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan relatif tingginya rutinitas aktivitas sosial serta lebih variatifnya sektor ekonomi masyarakat Napan apabila dibandingkan dengan desa tetangga.

Status Tanah dan Kepemilikan

Mayoritas lahan di desa Napan masih belum jelas status kepemilikannya. Data tahun 2014 menunjukkan bahwa di wilayah desa Napan terdapat 105 bidang tanah yang sudah memiliki sertifikat, serta 400 bidang tanah yang belum bersertifikat. Kondisi tersebut memungkinkan terciptanya konflik di masyarakat atau dengan pihak lain seperti perusahaan yang di masa mendatang berpotensi berinvestasi di wilayah desa Napan.

Dilihat dari kepemilikannya, tanah-tanah tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

- Tanah milik sendiri: 235 KK
- Tidak memiliki Tanah: 23 KK

Tabel 3: Kepemilikan Tanah

H	
ki Tanah	
ah antara 0,1-0,2 ha	
Memiliki Tanah lebih dari 1,0 ha	233KK

Sumber: Profil Desa Napan Tahun 2016

Sejarah Desa

Secara singkat, sejarah desa Napan dibagi dalam beberapa Fase Tahunan yaitu:

1. Tahun 1911-1945

Seorang Raja Timor, yang disebut Manek Liurai melakukan perjalanan mengelilingi Pulau Timor dan pada akhirnya tinggal menetap di sebuah Gunung Batu yang menjulang tinggi yang hingga kini dikenal dengan sebutan Gunung Batu Napan (*Fatu Napan, dalam bahasa Dawan*). Secara leksikal *Fatu napan* berarti sebuah batu di mana seseorang secara leluasa dapat memandang dari berbagai penjuru mata angin. Arti lain adalah: *Katnapnef*, (dalam bahasa Dawan) yang berarti tidak tertandingi.

Manek Liurai memiliki seorang putera yang diberi nama: Anunu Te'u atau lebih dikenal Anunu Manek. Gelar nama Anunu Te'u disandangnya oleh karena kemampuannya untuk dapat berubah bentuk tubuh, baik menjadi seorang wanita cantik, pria gagah perkasa, binatang, tumbuhan dan sebagainya. Setelah dewasa Anunu Manek berkeluarga dan memiliki empat anak yaitu: Timo Anunu, Snai Anunu, El Anunu, dan Koi Anunu.

Keempat putera tersebut tinggal menetap di Tes sebagai nama kampung saat itu, yang akhirnya menjadi Tamukung Tes dan hingga sekarang mekar menjadi dua desa besar yaitu: desa Napan (Desa Induk) dan desa Tes (Desa Pemekaran).

Pada masa kepemimpinan pemerintahan lokal yang dikenal Tumukung, Tumukung Tes pertama adalah Eli Anunu, yang kemudian digantikan oleh Eli Lake, dan pada akhirnya diganti oleh Lukas Anunu pada tahun 1957. Pemukiman penduduk semenjak sebelum pemerintahan Lukas Anunu, masih sangat primitif yang berlokasi di Bibona, Komben, Babua, Oeme, Tabil, dan Oenae (Kampung Tes). Secara leksikal Tes memiliki arti yaitu tempat tujuan atau tempat impian. Arti lain dari Tes yaitu: tertanam kuat dan tidak dapat digeser atau dipindahkan. Menurut penuturan para Tua Adat bahwa saat itu para pemimpin Tes juga menghadiri upacara penerimaan Bendera Merah Putih (Bendera Pusaka) yang pertama kali diberikan oleh Presiden Soekarno di Atapupu, Kabupaten Belu.

2. Tahun 1999-2008

Pada periode Reformasi, terjadi gejolak separasi di Timor-Timur (Distric Oecusse) yang menyebabkan sekitar 6400 orang Timor-Timur yang mengungsi ke desa Napan yang diterima dan dilayani sebagai keluarga oleh masyarakat Desa Napan karena masyarakat desa menganut nilai filosofi adat: "*Aifa Ben Neke, Sus Pet Bijae*", yang berarti "kami siap memangku dan menyusui siapapun yang datang dan membutuhkan bantuan."

Beberapa LSM internasional seperti Care dan Plan masuk ke wilayah desa Napan dan menjalankan program-program pembangunan fisik maupun pengembangan masyarakat desa. Dalam periode ini Napan juga mulai dilihat sebagai wilayah yang penting dan strategis karena berbatasan dengan negara lain, sehingga negara membangun pos lintas batas TNI dan polisi/Brimob di desa serta membebaskan lahan untuk membangun fasilitas pendukung di perbatasan seperti asrama TNI, kantor imigrasi, karantina dan bea cukai. Di samping itu juga dilakukan pembebasan lahan untuk pembangunan SMP dan Pustu yang saat ini sudah berubah menjadi puskesmas.

3. Tahun 2008-Sekarang

Peristiwa atau momen penting yang terjadi di desa Napan sejak tahun 2008 hingga saat ini diantaranya yaitu pembebasan lahan tanpa ganti rugi oleh masyarakat Desa Napan. Lahan seluas 10 Ha di Kiubatan diperuntukkan bagi pembangunan Kantor Camat Bikomi Utara. Berdasarkan keterangan masyarakat, Napan dipilih menjadi lokasi kantor kecamatan karena pihak pemerintah daerah tidak perlu memberikan ganti rugi pembebasan lahan, berbeda dengan desa-desa lain yang bersedia membebaskan lahan dengan syarat pemerintah daerah memberikan ganti rugi. Beberapa bentuk pembangunan dilakukan dalam rangka pengembangan sarana prasarana fasilitas umum desa seperti:

- Pembangunan tambahan ruang di SDK Tes
- Pembangunan PAUD Tunas Harapan Napan
- Listrik PLN masuk Desa Napan
- Pelebaran Jalan Raya Napan
- Penggalian sumur gali dari LSM Plan Kefamenanu sejumlah sembilan titik

Mata Pencaharian

1. Perdagangan

Letak desa Napan, yang berada di perbatasan antar Negara yakni antara Indonesia dan Timor Leste, potensial bagi pengembangan perdagangan. Namun masyarakat belum mengembangkan potensi yang ada oleh karena sistem di perbatasan belum memungkinkan terjadinya perdagangan yang legal dan efektif. Dalam hal ini, desa Napan masih relatif rawan menjadi jalur distribusi penyelundupan barang atau perdagangan ilegal, baik dari maupun menuju Timor Leste.

Pasar perbatasan dan pasar desa yang sudah dibangun dan diresmikan oleh Bupati Timor Tengah Utara pada tahun 2013, belum dimanfaatkan secara optimal dalam arti kegiatan berdagang di pasar tidak dilakukan secara rutin dan kerap terkesan sepi. Meskipun demikian masyarakat Napan tetap melakukan usaha perdagangan skala kecil-menengah berupa kios atau warung kelontong, CV dan usaha jasa angkutan dengan rincian sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4: Sarana Prasarana Kesehatan dan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat

No	Jenis Perdagangan	Jumlah
1.	Kios	19 Unit
2.	Rumah Makan	0 Unit
3.	CV	2 Unit
4.	Usaha Angkutan Pedesaan	12 Unit
5.	Usaha Angkutan Pik-Up Bak terbuka	7 Unit
6.	Usaha Angkutan Truk	2 Unit
7.	Usaha Angkutan Motor Ojek	15 Unit

Sumber: Profil Desa Napan Tahun 2014

2. Industri Lokal

Kegiatan perekonomian dalam sektor industri di desa Napan sebagian bergerak dalam industri rumahan skala kecil secara tidak tetap atau musiman, yang dianggap disebabkan karena minimnya keterampilan penduduk dan modal usaha. Usaha industri rumahan tersebut mencakup minuman lokal (sopi dan anggur pisang), menenun hingga pemburu madu hutan. Hampir di setiap rumah di desa terdapat sopi dan sebagian besar sopi yang ada di penjuru desa diperoleh dari Timor Leste (Oecusse). Sopi-sopi tersebut biasanya dikonsumsi dan dijual di dalam maupun keluar wilayah desa hingga kota Kefamenanu.

Pemburu madu hutan yang dikenal aktif dan ahli masih berburu sarang lebah hingga ke dalam hutan hanya teridentifikasi satu orang. Pemburu akan mengikuti lebah pergi ke sarangnya yang berada di dalam bebatuan dan di atas pohon. Persiapan yang dilakukan untuk berburu adalah membawa golok untuk menebas ranting agar jalan menuju sarang terbuka, selain itu ia juga membawa cairan yang dibalur yang dapat membuat pemburu terhindar dari sengatan lebah. Biasanya pemburu menjual madu hutan tangkapannya kepada penampung di desa dengan kisaran harga Rp30.000-Rp50.000 per liter ditambah dengan beberapa liter sopi tergantung dari kesepakatan dengan penampung. Kemudian di desa juga terdapat beberapa penduduk perempuan pengrajin yang menenun berdasarkan pesanan atau menjelang persiapan acara-acara adat. Mereka dapat menenun selendang, pakaian adat, taplak, sajadah hingga sarung.

Berikut rincian beberapa industri rumahan yang dilakukan oleh penduduk desa Napan:

Tabel 5: Sarana Prasarana Kesehatan dan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat

No	Jenis Industri	Jumlah
1.	Industri minuman lokal (Sopi Kampung + Anggur Pisang)	5 Orang
2.	Industri makanan ringan (Kue dll)	6 Orang
3.	Tukang jahit	3 Orang
4.	Industri anyaman/tenun	12 Unit
5.	Industri madu hutan (Lebah)	1 Orang
6.	Industri mebel/perabotan	1 Orang

Sumber: Profil Desa Napan Tahun 2014

3. Koperasi

Kegiatan koperasi di desa Napan belum berjalan seperti yang diharapkan. Berdasarkan hasil pengamatan terdapat beberapa lokasi koperasi yang sudah dilengkapi dengan bagan struktur kepengurusan namun terlihat vakum dan tidak ada tanda-tanda aktivitas. Sehingga keberadaan koperasi di desa belum dapat berfungsi optimal terkait dengan aktivitas ekonomi maupun distribusi hasil bumi masyarakat. Pada umumnya koperasi terbentuk dari subsidi pemerintah dan hanya sementara seperti usaha simpan pinjam.

4. Pertanian/Perkebunan

Komoditas pertanian yang menjadi andalan dan berkontribusi besar dalam meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga yaitu jagung, padi, kacang tanah, kelapa, pisang, ubi kayu, jati dan mahoni. Pendapatan perkapita masyarakat masih relatif rendah yaitu berkisar Rp.500.000/Bulan/KK.

Penduduk desa Napan memiliki sistem bertani atau berladang yang menerapkan pola tebas bakar dan berpindah. Pupuk alami diperoleh dengan membakar lahan yang berdampak pada kesuburan tanah menjadi lebih baik. Pada musim penghujan, masyarakat jarang yang bercocok tanam karena sulit membakar dan apabila dipaksakan menanam maka akan berisiko mengalami gagal panen. Sebagian penduduk Napan memiliki lahan bercocok tanam dengan luas 1 ha ke atas sementara sebagian lainnya memiliki lahan dengan luas kurang dari 1 ha. Di samping itu juga terdapat 23 KK yang tidak memiliki lahan untuk bercocok tanam. Secara rinci keadaan pertanian dan perkebunan penduduk di desa Napan terpapar pada tabel berikut:

Tabel 6: Keadaan Pertanian dan perkebunan Penduduk Desa Napan

Jumlah rumah tangga yang memiliki tanah pertanian dan perkebunan	257 RTP
Tidak memiliki	23 RTP
Memiliki Kurang dari 0,5 ha	1 RTP
Memiliki 0,5-1,0 ha	97 RTP
Memiliki lebih dari 1,0 ha	136 RTP
Jumlah total rumah tangga pemilik Lahan Pertanian	257 RTP

Seperti yang telah disebutkan, komoditas andalan yang ditanam oleh penduduk adalah jagung dan padi ladang yang cakupan luas lahannya mencapai sekitar 160 ha (81,7 ha dan 78,35 ha) serta sebagian lahan lain ditanami oleh kacang-kacangan, umbi-umbian, bawang, cabai dan sayur-sayurann seperti tomat, terong, bayam, mentimun dan kangkung. Penduduk yang memiliki lahan juga membudidayakan buah-buahan dengan komoditas andalan yaitu kelapa, mangga, pepaya, pisang, semangka, jeruk nipis, nangka, sirsak, nanas dan jambu (klutuk dan mete). Buah-buahan ini ditanam di dalam wilayah hutan bekas perladangan dan di sekitar pemukiman masyarakat.

5. Peternakan

Selain usaha pertanian dan perkebunan, mata pencaharian lain yang juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat desa Napan yaitu usaha peternakan. Jenis ternak yang menjadi andalan masyarakat yaitu sapi, babi, kambing dan ayam. Hasil yang dimanfaatkan oleh masyarakat dari berternak diantaranya daging, telur dan susu. Biasanya masyarakat mengambil rumput gajah yang berada di kebun sekitar pemukiman pada pagi dan sore hari untuk pakan ternak mereka. Adapun rincian keadaan peternakan penduduk desa Napan adalah sebagaimana yang tercantum pada tabel berikut:

Tabel 7: Keadaan Peternakan Penduduk Desa Napan Tahun 2014

Jenis Ternak	Jumlah Pemilik	Perkiraan jumlah populasi
Sapi	225 orang	753 ekor
Babi	155 orang	491 ekor
Ayam kampung	157 Orang	1007 ekor
Bebek	12 orang	41 ekor
Kuda	6 orang	15 ekor
Kambing	240 orang	787 ekor

Sarana dan Prasarana Sosial

Di bidang pendidikan, jumlah bangunan sekolah di Desa Napan yaitu satu unit SD dan SMP negeri dan satu unit PAUD swasta. Jumlah siswa SD secara keseluruhan adalah 220 orang dan 80 orang siswa SMP. Ketersediaan tenaga pengajar di sekolah tersebut yaitu delapan orang guru SD dan sembilan orang guru SMP. Jika siswa lulusan SMP ingin melanjutkan pendidikan ke tingkat SMU maka mereka harus pergi ke Kefamenanu. Namun banyak dari mereka yang tidak melanjutkan sekolah karena faktor ekonomi dan jarak. Ditinjau dari segi tingkat pendidikan, mayoritas penduduk desa merupakan lulusan SD.

Di bidang kesehatan, fasilitas yang dimiliki oleh Desa Napan adalah puskesmas yang sebelumnya adalah puskesmas pembantu (pustu). Fasilitas penerangan listrik PLN juga sudah terdapat di sebagian rumah desa Napan terutama hunian yang berada di jalan raya Napan. Sementara sebagian hunian lain yang berada di cabang jalan raya belum menikmati fasilitas listrik dan gelap total pada malam hari. Sarana desa lainnya adalah fasilitas olah raga seperti sebuah area lapangan sepak bola yang relatif kecil karena memanfaatkan ruang terbuka di sekitar bangunan SDK Tes. Bangunan peribadatan di desa terdiri dari satu buah gereja Katolik.

Salah satu sarana yang penting bagi masyarakat dan tidak dimiliki oleh desa-desa tetangga yaitu fasilitas internet desa yang diberikan pemerintah pusat melalui program Desa Broadband Terpadu yang diperuntukkan bagi desa-desa di Indonesia yang termasuk dalam kategori 3T (Terdepan, Terluar dan Tertinggal)

Tabel 8: Inventaris Pendidikan Formal di Desa Napan

Nama	Jumlah	Status (terdaftar, terakreditasi)	Kepemilikan (Pemerintah, yayasan, dll)	Jumlah Tenaga Pengajar	Jumlah Siswa/ Mahasiswa
Play Group	1 Unit	Terdaftar	Swasta	0 orang	0 orang
SD/Sederajat	1 Unit	Terakreditasi	Pemerintah	8 orang	220 orang
SMP/Sederajat	1 Unit	Terakreditasi	Pemerintah	9 orang	80 orang

Sumber: Profil Desa Napan Tahun 2014

Tabel 9: Tingkatan Pendidikan Masyarakat Desa Napan

TINGKAT PENDIDIKAN	PROSENTASE (%)
Tidak Pernah Sekolah	2,26%
Tidak Tamat SD	2,46%
Tamat SD	26,27%
Tamat SMP	8,16%
Tamat SMA	5,51%
Tamat D2	0,39%
Tamat D3	0,39%
Tamat S1	1,67%
Tamat S2	0%

Fasilitas kesehatan di Napan tersedia satu unit Puskesmas yang diandalkan oleh masyarakat desa. Jarak dan waktu tempuh yang relatif singkat ke Kefamenanu memberikan pilihan lain bagi masyarakat untuk mengakses fasilitas kesehatan yang lebih lengkap. Selain itu dilakukan pula kegiatan oleh pemerintah desa Napan seperti Perdes Wajib Posyandu, Kegiatan Jumat Bersih, Program STBM yang didampingi oleh Simavi Plan Kefamenanu, Desa Siaga Kesehatan, program pemenuhan kebutuhan air bersih berupa sumur gali, sosialisasi Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat desa

Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Produk Lokal

Dalam pelatihan yang dilakukan oleh tim peneliti dari UI selama berada di lapangan, peserta dibekali pengetahuan mengenai bagaimana memanfaatkan teknologi internet khususnya melalui media sosial Facebook sebagai alat untuk memasarkan produk lokal seperti hasil cocok tanam pertanian dan perkebunan masyarakat serta produk hasil kerajinan tangan masyarakat. Melalui fasilitas perangkat *wifi* internet di desa, media sosial umumnya digunakan oleh masyarakat desa untuk pemenuhan unsur hiburan dan *self exposure* seperti mendengarkan musik, menonton video Youtube dan update status di Facebook. Melalui hibah program Desa Mitra UI, masyarakat desa Napan berkesempatan mempelajari fungsi lain media sosial yaitu sebagai alat pemasaran produk lokal yang mampu menjangkau khalayak sesama pengguna Facebook secara luas. Tim peneliti

mendampingi masyarakat dalam membuat akun atau laman bisnis sebagai prasyarat dalam rangka berbisnis melalui media sosial. Selain itu tim peneliti juga memberikan masukan yang bersifat reflektif mengenai potensi-potensi ekonomi yang ada di wilayah desa Napan, potensi sumber daya manusia yang dapat menunjang peningkatan kualitas aktivitas ekonomi lokal dikaitkan dengan potensi sarana internet yang dikelola oleh pemerintah desa. Materi mengenai riset pemasaran juga dipaparkan secara ringkas dan intensif sehingga masyarakat dapat mengetahui hal-hal yang bersifat non-teknis seperti konteks maupun trend yang ada pada target sasaran produk lokal yang dipasarkan. Hal tersebut diharapkan dapat membangun kepekaan masyarakat desa dalam melihat dan menciptakan peluang dalam lingkup pemasaran produk. Masyarakat juga dibekali pentingnya menciptakan konten yang kreatif tanpa mengesampingkan nilai-nilai lokal yang diharapkan mampu memunculkan ketertarikan khalayak terhadap produk lokal desa Napan, sehingga masyarakat dapat memperoleh manfaat secara langsung maupun tidak langsung atas komoditas-komoditas yang terdapat di desa.

Agama dan Adat istiadat

Seluruh masyarakat desa Napan memeluk agama Katolik. Di desa tersedia sarana ibadah satu unit Gereja Katolik dan sebuah Aula Gereja Katolik. Tidak pernah terjadi konflik yang berkaitan dengan agama karena praktek toleransi telah dipahami dan dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari di desa Napan. Banyak penduduk pendatang yang tergabung dalam satuan tugas pengamanan perbatasan dan petugas-petugas lintas sektor lain di perbatasan yang beragama lain, namun masyarakat telah berbaur dan terjalin komunikasi yang baik antar pemeluk agama yang satu dengan yang lainnya.

Nilai-nilai kultural relatif menjadi acuan masyarakat dalam aktivitas kehidupan keseharian.

Masyarakat desa Napan meyakini bahwa kehidupan tidak terlepas dari adat istiadat. Adat diyakini sebagai bentuk khas dari budaya asli yang dapat membentuk pola hidup masyarakat menuju hidup sejahtera.

Masyarakat melakukan ritual adat dalam bidang kehidupan seperti pertanian misalnya, ritual adat dilaksanakan pada setiap tahapan aktivitas pertanian seperti persiapan lahan, pengolahan lahan, perawatan, panen hingga pasca panen. Hal ini ditandai dengan ritual adat tahunan yang disebut upacara tahun baru adat (*Tfua Ton, dalam bahasa Dawan*).

Terdapat enam sub-suku atau marga besar di desa Napan yakni:

1. Suku Kefi (Nakaf-Tobe)
2. Suku Siki (Nakaf-Meob)
3. Suku Nule (Anah-amaf)
4. Suku Eko (Anah-Amaf)
5. Suku Kolo (Anah-Amaf)
6. Suku Oki (Anah-Amaf)

Siki diketahui sebagai marga bangsawan di Napan dan keturunan panglima yang dihormati oleh penduduk desa. Namun marga Siki tidak pernah menjadi pemuka agama meskipun beberapa orang didalamnya dianggap cakap untuk menjadi pemuka.

Kependudukan

Penduduk Desa Napan adalah penduduk yang etnisitasnya relatif homogen karena didominasi oleh suku Dawan. Meski demikian juga terdapat beberapa penduduk yang berasal dari etnis lain seperti Jawa karena terikat hubungan kekerabatan melalui perkawinan. Selain itu juga terdapat orang Timor lain yang bersukubangsa Tetum karena letaknya langsung di perbatasan Indonesia dengan Negara Demokratik Timor Leste dan menjadi jalur andalan untuk dilintasi oleh penduduk yang menghuni wilayah perbatasan. Umumnya pemukiman penduduk mengikuti poros jalan utama desa yang sudah beraspal, sementara sebagian lainnya bermukim mengikuti ruas cabang-cabang jalan lain yang kondisinya belum memadai (pengerasan batu dan tanah).

Jumlah penduduk di desa Napan yaitu 1.016 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 258 KK. Sedangkan jumlah penduduk miskin sebanyak 340 jiwa atau 33% dan jumlah rumah tangga miskin (RTM) sebanyak 68 RTM atau sebesar 26% dari total jumlah rumah tangga di desa Napan.

Tabel 10: Demografi Penduduk

Jumlah laki-laki	490 orang
Jumlah perempuan	526 orang
Jumlah total	1016 orang
Jumlah kepala keluarga	257 KK
Kepadatan penduduk	169,3 Jiwa/Km

Sumber: Profil Desa Napan Tahun 2014

Pemerintahan Desa

Kepemimpinan di dalam masyarakat Napan terdiri dari kepemimpinan formal pemerintahan desa dan kepemimpinan adat. Pemerintahan desa merupakan bagian dari struktur pemerintahan hirarkis yang umum terdapat di daerah-daerah lain di Indonesia, diatas desa terdapat kecamatan, kabupaten, propinsi dan pemerintahan pusat (nasional). Pemerintahan desa dipimpin oleh seorang kepala desa yang dibantu oleh staf desa lainnya, yaitu sekretaris desa dan para kepala urusan di bidang pembangunan, pemerintahan, kesejahteraan dan lainnya. Kepala desa bersama para staf memiliki wewenang utama dalam urusan administrasi desa dan juga mengeluarkan kebijakan desa melalui peraturan desa.

Kelembagaan lainnya ada pada lembaga adat yang dipimpin oleh ketua adat yang dipilih oleh masyarakat setelah mereka melihat kapasitas seorang penduduk yang dianggap pantas menjadi kepala adat. Lembaga ini tumbuh dan berkembang sesuai budaya lokal. Keberadaan lembaga adat berfungsi pula sebagai kontrol terhadap pemerintah desa, serta sebagai wadah penyelesaian masalah-masalah sosial yang muncul di masyarakat.

Proses bagaimana seseorang menjadi kepala adat juga merupakan hal yang menarik yaitu ketika kepala adat meninggal maka 'ruh'-nya dipercaya akan menitis kepada salah satu warga yang seketika menguasai adat istiadat dibandingkan penduduk lainnya. Apabila masyarakat memilih

orang lain dengan mengesampingkan hal tersebut maka desa dianggap berpotensi mengalami kemalangan atau sang kepala adat bisa tidak berusia panjang.

Situasi Keamanan Lingkungan

Situasi keamanan lingkungan desa Napan saat ini tergolong normal dan aman, di dalam lingkup internal masyarakat tidak pernah terjadi tindak kriminal seperti pencurian maupun kekerasan. Perselisihan ringan antar penduduk yang kadang muncul adalah perselisihan yang diakibatkan terlalu banyak mengonsumsi sopi. Pihak yang berselisih biasanya didamaikan oleh tokoh adat dan membayar denda adat sejumlah Rp100.000 yang dibebankan kepada kedua belah pihak. Perselisihan dengan pihak luar desa tidak pernah terjadi termasuk dengan penduduk Timor Leste. Secara umum situasi keamanan bilateral di wilayah perbatasan Napan-Timor Leste relatif kondusif. Setiap penduduk yang memasuki maupun keluar wilayah Indonesia akan diperiksa identitasnya oleh personel TNI di pos perbatasan.

2.2 Pelatihan dan Pendampingan

Gambaran jalan pelatihan dan pendampingan

Dalam melaksanakan program pemberdayaan ini, tim melakukan pelatihan serta pendampingan kepada masyarakat desa Napan agar masyarakat dapat secara mandiri memasarkan produk lokal desa Napan di media sosial. Adapun jumlah masyarakat yang diberikan pelatihan serta pendampingan berjumlah 22 orang.



Adapun pelatihan penggunaan Facebook untuk memasarkan produk-produk lokal dilakukan selama 5 hari dengan agenda 4 hari pemberian materi di kelas dan 1 hari praktik di lapangan.. Sedangkan pendampingan kepada masyarakat dilakukan secara berkelanjutan selama tim berada di lapangan. Tim juga memiliki peneliti lokal yang dapat mendampingi masyarakat ketika tim telah meninggalkan lapangan. Peneliti lokal yang berada di lapangan secara berkelanjutan didampingi oleh tim melalui beberapa media komunikasi seperti SMS, telepon, Whatsapp, email dan Facebook.



Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 13 sampai dengan tanggal 17 Juni 2017. Pada tanggal 13 Juni, pelatihan yang dilaksanakan di ruangan membahas mengenai pengenalan kepada masyarakat mengenai media jaringan digital, prinsip-prinsip dasar Facebook serta mengenai unsur-unsur penting yang ada di dalam Facebook seperti konten dan *posting*. Selain itu, peserta juga diberikan materi mengenai *brand story telling* dalam memberikan konten terhadap produk-produk lokal yang nantinya akan dipasarkan. Peserta juga ditekankan bahwa dalam melakukan pemasaran produk melalui Facebook, peserta harus membuat akun bisnis tersendiri di dalam Facebook.

Pelatihan pada tanggal 14 Juni lebih fokus kepada materi mengenai pembuatan halaman Facebook untuk pemasaran produk lokal. Materi yang diberikan berkaitan dengan prinsip-prinsip dasar mengenai halaman (*Page*) Facebook. Pada tanggal 14 Juni ini juga peserta dibantu fasilitator mendiskusikan mengenai pembentukan halaman Facebook. Setelah berdiskusi, para peserta memutuskan untuk membuat satu halaman Facebook dengan nama 'Produk Lokal Napan'. Peserta membuat halaman tersebut dengan cara dipandu dan didampingi oleh fasilitator. Setelah halaman jadi, peserta diberikan materi mengenai cara-cara memaksimalkan halaman Facebook agar dapat mempromosikan produk lokal secara global. Peserta juga diberikan

informasi sedikit mengenai cara-cara memasukkan foto, video dan konten. Pelatihan terkait mengunggah konten dilaksanakan pada hari berikutnya yaitu tanggal 15 Juni.



Pelatihan yang dilakukan pada tanggal 15 Juni ialah pelatihan mengenai pengambilan gambar produk, pembuatan konten dan pengunggahan konten pada halaman Facebook. Pada pelatihan di tanggal 15 Juni ini, peserta dilatih untuk dapat melakukan riset dasar pemasaran sebelum mereka mengunggah konten produk lokal yang mereka miliki.



Adapun riset pemasaran dilakukan melalui berbagai situs internet yang memberikan layanan riset ini seperti Google Trends dan Business for Facebook. Pada pelatihan hari ke-3 ini, peserta diminta untuk membawa berbagai macam produk lokal yang mereka miliki sebagai bahan pelatihan pengambilan gambar dan pembuatan konten. Pelatihan di hari ke-3 ini mengharuskan peserta untuk dapat mengunggah beberapa foto dan konten produk lokal pada halaman Facebook 'Produk Lokal Napan'. Selain materi tersebut, peserta juga diberikan sosialisasi mengenai aplikasi Petani yang dikembangkan oleh Keminfo. Aplikasi ini diperkenalkan kepada peserta agar peserta memiliki tambahan pengetahuan mengenai akses sumber informasi.

Pada tanggal 16 Juni, peserta tidak melakukan pelatihan di ruangan, mereka diminta untuk praktik langsung di lapangan seperti mengambil gambar dan mengumpulkan cerita-cerita sebagai bahan *brand story telling* dalam konten produk yang hendak dipasarkan. Hasil dari pengumpulan data ini akan menjadi bahan materi untuk pelatihan di hari berikutnya.

Pelatihan terakhir yang dilaksanakan pada tanggal 17 Juni lebih berfokus kepada praktik di ruangan. Peserta diminta untuk melakukan riset pemasaran, membuat konten dan mengunggah foto produk di halaman Facebook yang telah mereka buat. Pada pelatihan di hari terakhir ini juga dilakukan pengulasan kembali mengenai materi-materi yang telah diberikan pada hari-hari sebelumnya.

Selama pelatihan berlangsung dan selama tim berada di lapangan, peneliti lokal selalu didampingi oleh tim dan tim juga melakukan pendampingan kepada beberapa peserta pelatihan. Pendampingan yang dilakukan berupa pengarahan peserta dalam memperoleh gambar produk dan cerita-cerita lokal dibalik produk-produk yang mereka miliki.

Tanggal	Kegiatan dan materi pelatihan
13 Juni	Pelatihan di ruangan: materi pelatihan yang diberikan ialah prinsip-prinsip dasar Facebook dan media sosial sebagai media pemasaran produk
14 Juni	Pelatihan di ruangan: materi terkait prinsip dasar halaman (<i>page</i>) Facebook untuk pemasaran produk. Peserta diminta untuk membuat halaman bisnis Facebook
15 Juni	Pelatihan di ruangan: materi yang diberikan ialah melakukan pengambilan gambar dan melakukan riset pemasaran serta mengumpulkan cerita lokal sebagai dasar dalam membuat konten untuk setiap produk yang dipasarkan. Sosialisasi aplikasi PETANI juga dilakukan di hari ini.

16 Juni	Peserta melakukan praktik lapangan yaitu mengumpulkan foto produk dan cerita untuk bahan konten produk
17 Juni	Pelatihan di ruangan: peserta diharuskan mengunggah foto produk beserta konten yang mereka buat berdasarkan hasil riset dan pengumpulan cerita-cerita lokal.

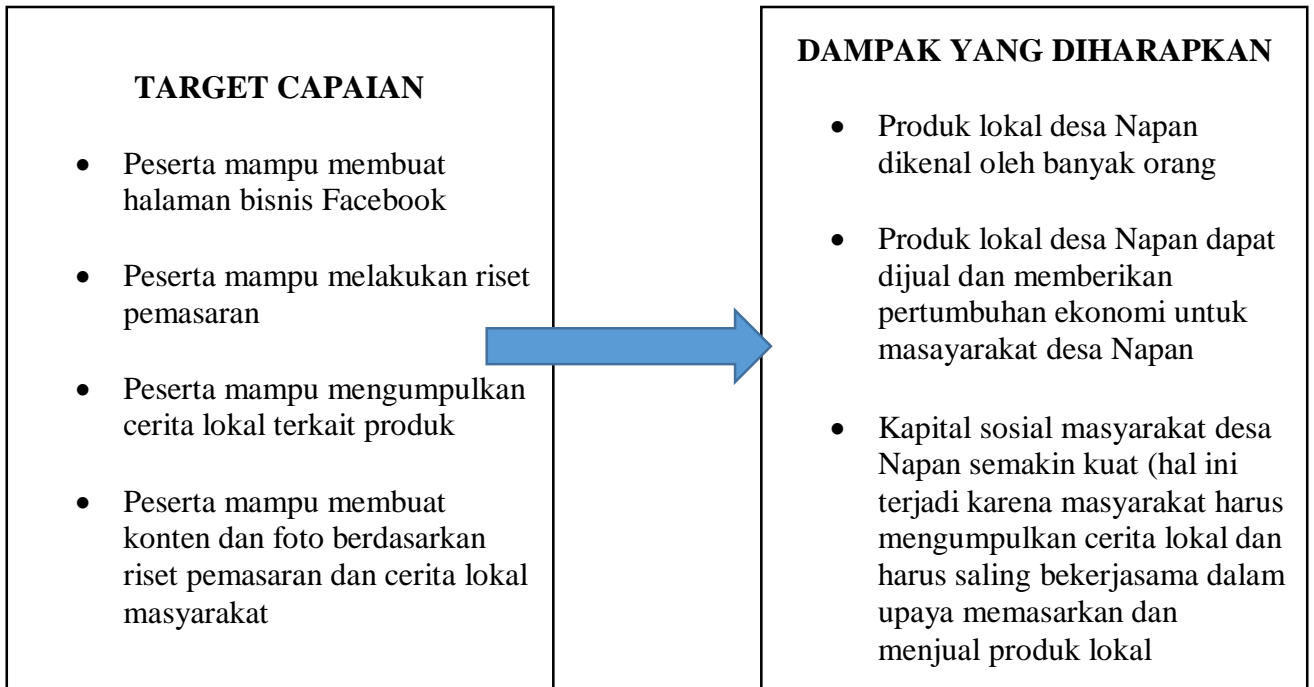
Ukuran target capaian proram

Ukuran taraget capaian program ini memiliki beberapa tahapan. Secara general, target yang ingin dicapai dalam melakukan pelatihan dan pendampingan ini ialah para peserta pelatihan (20 orang) adalah:

1. mampu secara mandiri menggunakan platform media sosial Facebook sebagai alat pemasaran. Target potensi yang ingin dipasarkan menggunakan Facebook adalah produk-produk lokal Desa Napan, TTU Nusa Tenggara Barat – yaitu kain tenun dan madu batu.
2. Mampu melakukan promosi melalui Facebook dengan mengandalkan penulisan mengenai kearifan-kearifan lokal yang memberikan *value tag marketing* baik

Ptogram ini juga mencakup pelatihan teknis pemasaran melalui Facebook yang memerlukan keahlian menulis promosi pada laman Facebook mereka. Untuk itu, dalam program ini para peserta juga dilatih untuk mengumpulkan dan menuliskan cerita lokal yang ada terkait produk-produk lokal yang mereka hasilkan. Cerita lokal tersebut berfungsi menjadi materi untuk dapat membuat *brand story telling* yang dapat mendukung pemasaran produk lokal melalui platform media sosial.

Program ini `Target capaian tersebut disampaikan dan disosialisasikan kepada peserta pelatihan ketika pelatihan sedang berjalan. Sejak awal kedatangan tim di lapangan, peneliti lokal telah dijelaskan mengenai target-target yang ingin dicapai. Selama proses pelatihan berlangsung, peneliti lokal juga berperan sebagai pendamping masyarakat dan tim selalu menekankan target-target capain kepada peneliti lokal. Peneliti lokal menjalankan peran penting selama tim berada di lapangan dan ketika tim telah meninggalkan lapangan. Peneliti lokal berperan untuk mendampingi peserta pelatihan dan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial Facebook dalam memasarkan produk-produk lokal yang mereka miliki.



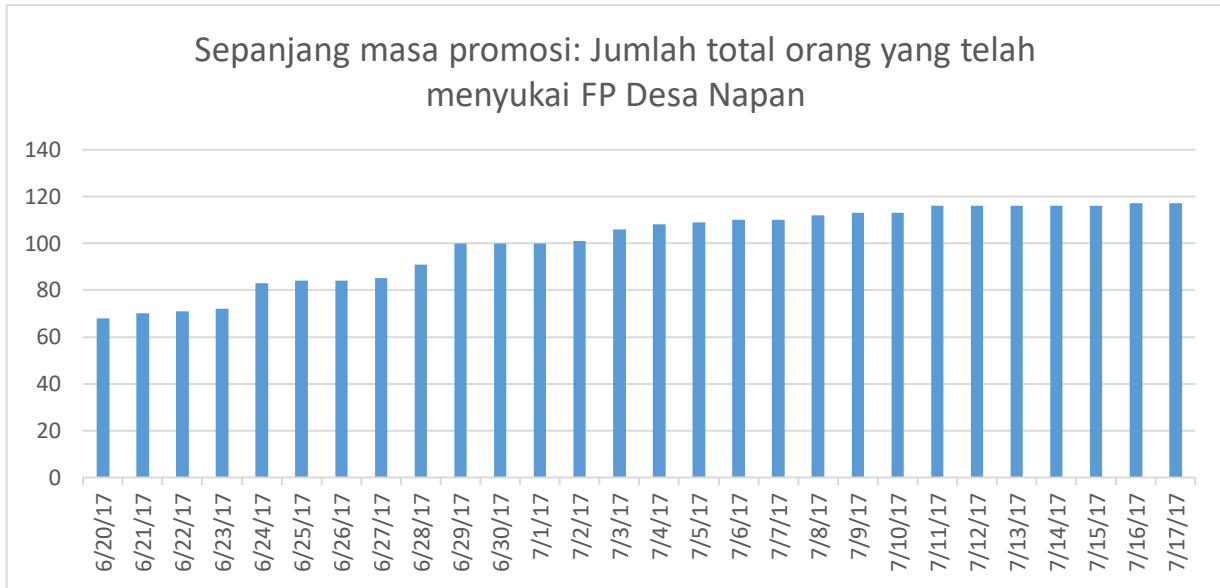
2.3. Evaluasi

Sejauh ini, program ini telah menerima hasil evaluasi aktivitas selama satu bulan di ranah maya melalui Facebook dan aktivitas di ranah nyata melalui transaksi jual beli. Aktivitas selama satu bulan di ranah maya dapat diperoleh dari Facebook traffic page. Sebagai catatan, semua peneliti menjadi admin Fan Page Desa Napan di Facebook. Hal tersebut bertujuan agar peneliti dapat pula memantau proses evaluasi jalannya program di ranah maya walaupun tidak ada di Desa Napan secara fisik.

Gambar 1

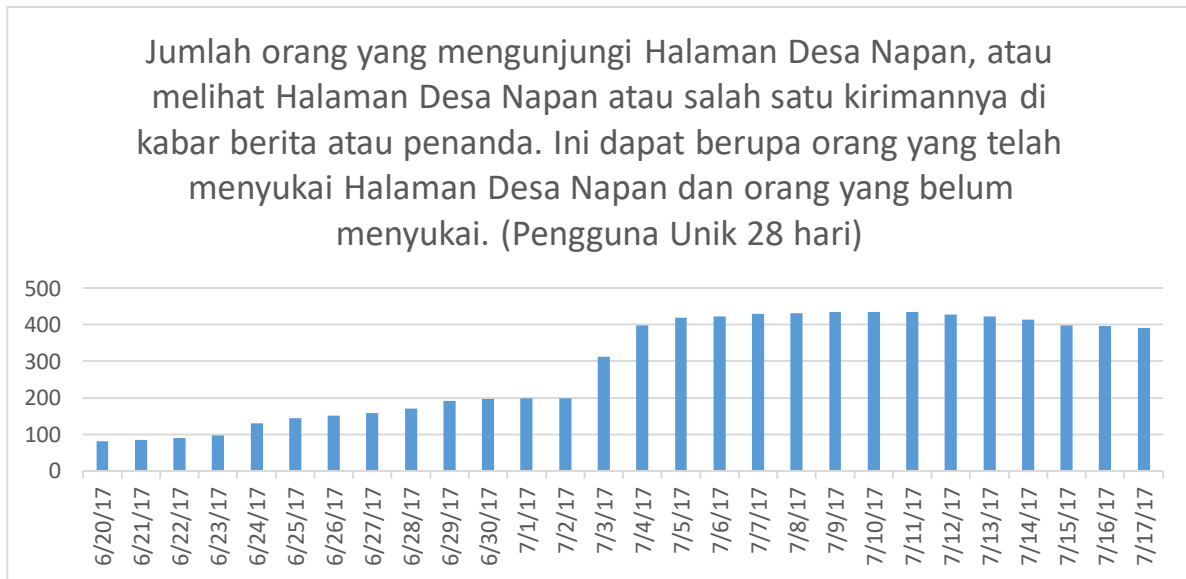


Gambar 1



Secara keseluruhan ada hampir 120 orang yang menyukai laman Desa Napan di Facebook selama 28 hari. Dari data Facebook analitik, terlihat bahwa jumlah ini meningkat sejak pertama kali publish 28 hari yang lalu. Tetapi setelah 28 hari menunjukkan sedikit penambahan.

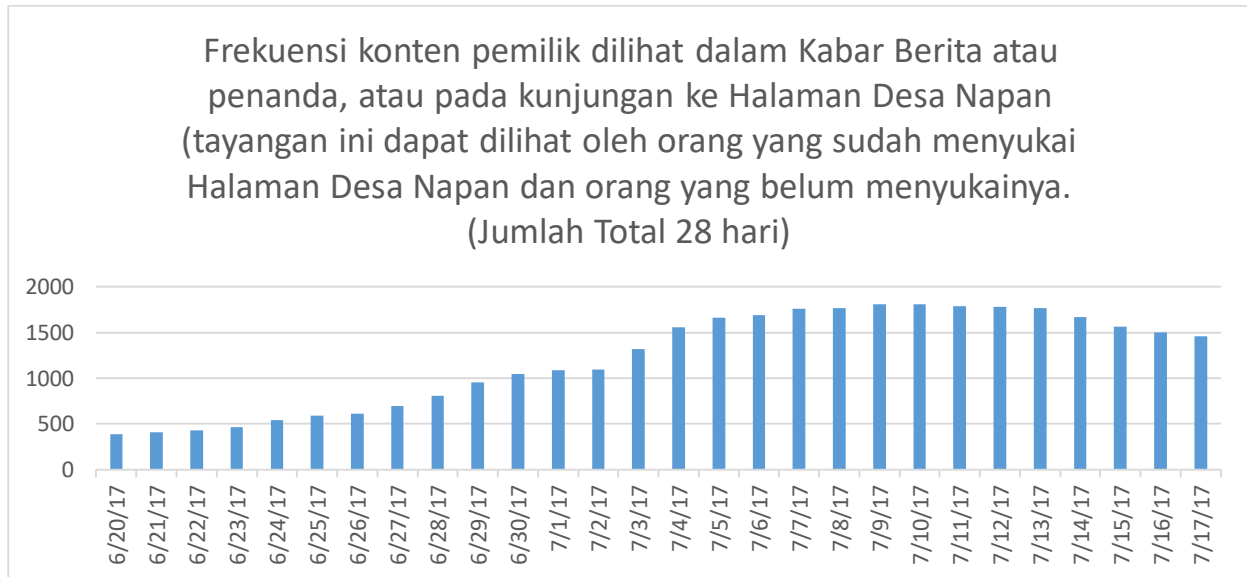
Gambar 2



Sejak 28 hari setelah Halaman Desa Napan dikembangkan, Jumlah orang yang mengunjungi Halaman Desa Napan, atau melihat Halaman Desa Napan atau salah satu kirimannya di kabar berita atau penanda meningkat. Aktivitas ini juga dapat berupa orang yang telah menyukai Halaman Desa Napan dan orang yang belum menyukai karena Halaman Desa Napan dibuka

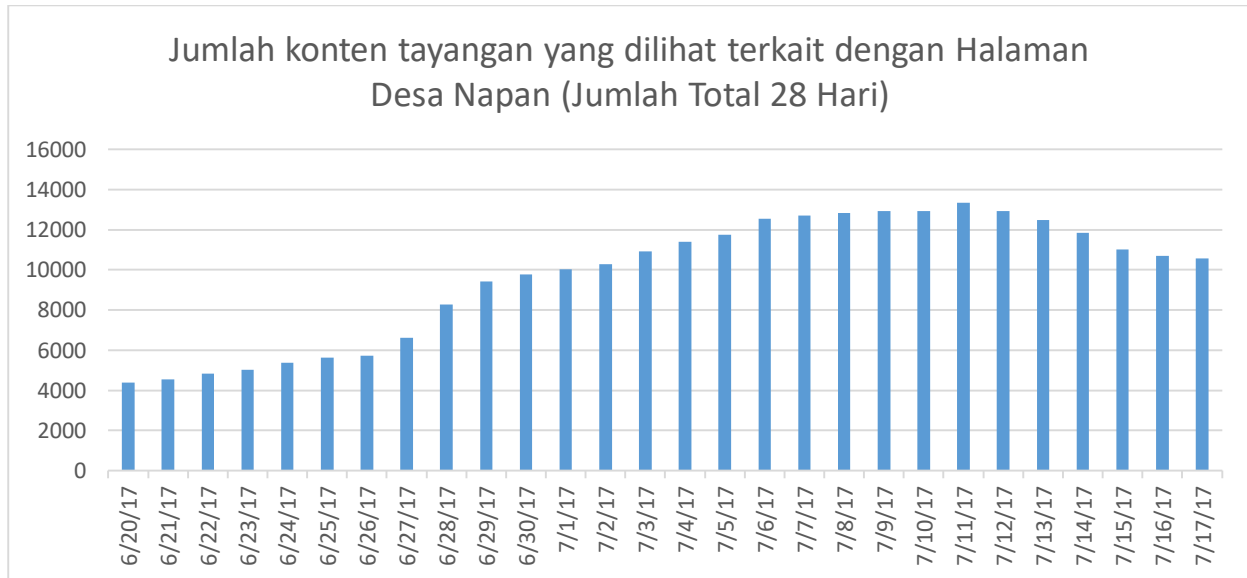
untuk publik. (Pengguna Unik 28 hari). Sayangnya, pada minggu terakhir bulan pertama, mulai terlihat adanya penurunan aktivitas orang yang melihat halaman Desa Napan. Ini akan menjadi evaluasi untuk mengembangkan strategi selama lima bulan ke depan.

Gambar 3



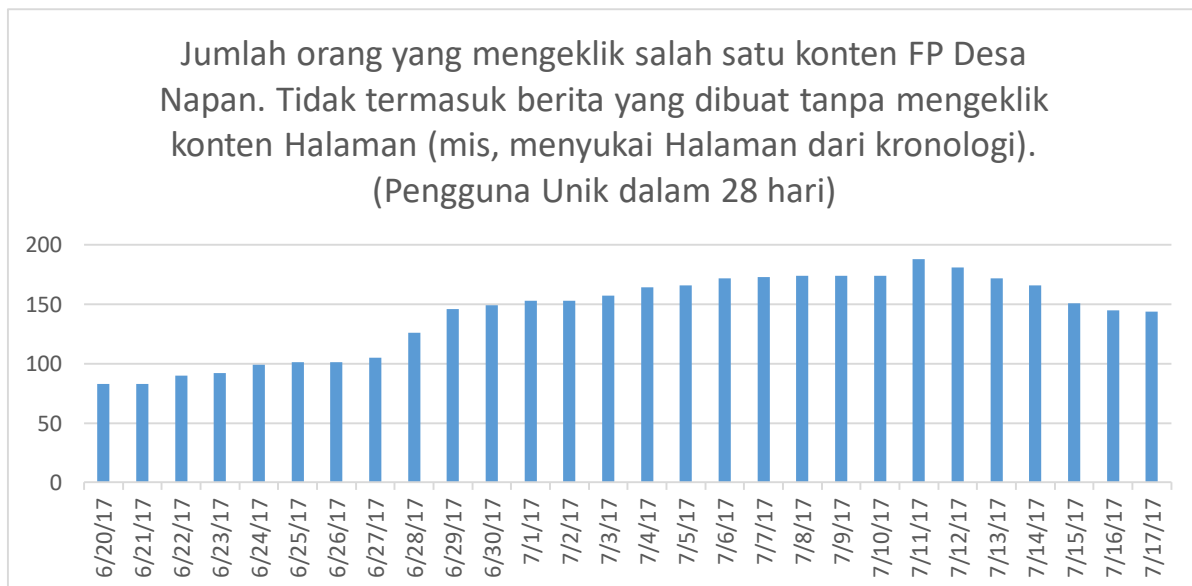
Sementara, Gambar 3 menunjukkan aktivitas konten menunjukkan peningkatan sejak hari pertama Halaman Desa Napan dikembangkan. Artinya, pelatihan menunjukkan hasil karena para peserta pelatihan mulai sering membuat konten di Halaman Desa Napan.

Gambar 4



Sementara, Halaman Desa Napan pun mendapat respon yang baik dari para pengguna Facebook. Hal tersebut terlihat dari rangkuman konten tayangan yang dilihat selama satu bulan. Terhitung dari pertama kali halaman dikembangkan, kunjungan dengan melihat konten semakin meningkat. Sayangnya, terjadi penurunan di minggu terakhir bulan pertama. Hal ini akan menjadi perhatian untuk dievaluasi lebih lanjut mengingat masih ada sisa lima bulan program.

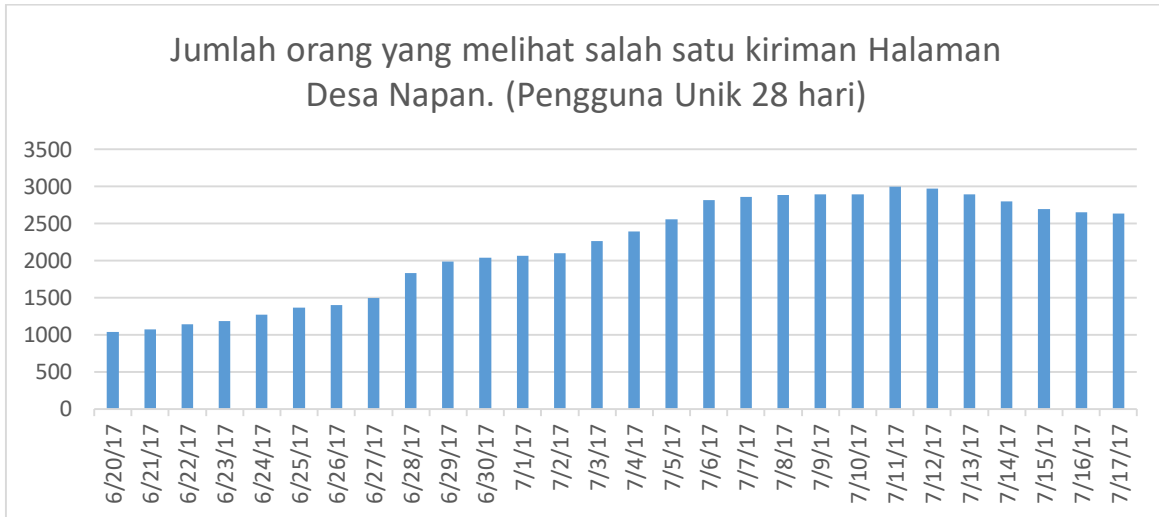
Gambar 5



Gambar 4 menunjukkan adanya ketertarikan pengunjung untuk melanjutkan aktivitas kunjungan dengan mengeklik salah satu konten Desa Napan. Ini berarti, ada orang-orang yang secara spesifik memiliki ketertarikan pada konten unik yang ditampilkan di Halaman Desa Napan. Dari pantauan traffic, ketertarikan ada konten unik yang menampilkan produk tenun dan madu. Hal

tersebut dapat dijadikan indikasi awal produk mana yang dapat dijadikan produk andalan dari sekian banyak produk.

Gambar 6



Gambar 8 dan gambar 9 adalah contoh penulisan konten Halaman Desa Napan yang dibuat dengan menggunakan pendekatan customer touchpoint. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan keterikatan (engagement) antara konsumen dan produk.

Gambar 8 dan 9 memperlihatkan bahwa masih sedikit interaksi yang terjadi pada laman Desa Napan. Namun, bila ditelusuri, banyak aktivitas terjadi pada akun-akun pribadi anggota pelatihan. Pada laman/akun pribadi tersebut, pengunjung banyak menanyakan mengenai produk dan layanan yang ditawarkan pada laman Desa Napan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penulisan promosi konten di laman Desa Napan masih belum memenuhi unsur proses (pengiriman, packaging, dan lain-lain) dan unsur produk (manfaat, kandungan, bentuk dan lain-lain).

Gambar 8



Gambar 9

