

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PELUANG USAHA PADA UKM DI PULAU HARAPAN, KEP. SERIBU, JAKARTA

Oleh:

¹Nining Purwaningsih, ²Lena Erdawati, ³Dede Sunaryo, ⁴Metha Dwi Apriyanti,
⁵Andi Kusuma Negara

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Tangerang
Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, RT.007/RW.003, Babakan, Cikokol, Kec. Tangerang,
Kota Tangerang, Banten 15118

Email : niningpu1015@gmail.com¹, lenaerdawati0604@gmail.com², soenaryods04@gmail.com³,
metha1280@gmail.com⁴, andikusumanegara75@umt.ac.id⁵

ABSTRACT

Social media is now widely used in almost all companies, the reason is to reach consumers more quickly, easily and widely. Social media (Instagram, Whatsapp, Facebook, etc.) is part of digital marketing, namely product marketing efforts using digital media and internet networks. The change in marketing behavior from conventional to digital is not balanced by the existence of SMEs that use digital marketing, even though SMEs are believed to be able to stimulate the Indonesian economy. The methods used in this community service activity are training, lectures and questions and answers, and discussions. The result of this activity is to provide several solutions to be able to look for new business opportunities to maintain business continuity, namely utilizing social media. Apart from that, increasing digital marketing knowledge and increasing knowledge regarding the use of WhatsApp business social media as a sales promotion media. The conclusion of this activity is very useful for SMEs in providing suggestions, especially regarding digital marketing strategies.

Key words: *Training, Social Media Marketing, Business Opportunities*

ABSTRAK

Media Sosial saat ini telah banyak digunakan hampir di semua perusahaan, alasannya adalah agar lebih cepat, mudah dan luas dalam menjangkau konsumen. Media social (Instagram, Whatsapp, facebook, dll) merupakan bagian dari digital marketing yaitu upaya pemasaran produk dengan menggunakan media digital dan jaringan internet. Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan UKM yang menggunakan digital marketing, padahal UKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UKM untuk dapat lebih berkembang dan memiliki jenis usaha baru. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan, ceramah dan tanya jawab, dan diskusi. Hasil dari kegiatan ini adalah memberikan beberapa solusi agar mampu mencari peluang usaha baru untuk mempertahankan keberlangsungan usaha yaitu memanfaatkan media social. Selain itu meningkatkan pengetahuan digital marketing dan meningkatkan pengetahuan mengenai pemanfaatan media social Whatsapp business sebagai media promosi penjualan.

Kesimpulan dari kegiatan ini sangat bermanfaat bagi para pelaku UKM dalam memberikan saran-saran terutama mengenai strategi pemasaran digital marketing.

Kata kunci: Pelatihan, Media Sosial, Peluang Usaha

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi semua aspek kehidupan termasuk pada jenis-jenis usaha. Era digital telah banyak berkembang, masyarakat dapat dengan mudah mencari peluang usaha dan menjalankan bisnis mereka secara online dengan membuka toko online, memasarkan produk melalui aplikasi dan media sosial. Bila tidak memanfaatkan teknologi, sulit bagi masyarakat atau pengusaha untuk bersaing dengan pesaing besar di pasar dalam hal biaya yang terlibat dan keahlian pembuatan strategi pemasaran konvensional, misalnya melalui media cetak. Pada era digital, peluang usaha dapat diakses melalui desain situs web yang tepat, pengusaha dapat menjangkau target konsumen dengan jangkauan yang lebih luas dan dengan jaminan layanan yang lebih baik, serta dengan biaya yang relatif lebih efisien. Untuk sukses di era digital, pengusaha juga perlu mengelola strategi pemasarannya dengan memanfaatkan teknologi digital atau media sosial.

Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UKM dalam memasarkan produknya (Stelzner, 2012). Media sosial diartikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang menciptakan fondasi ideologi dan teknologi dari Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content (Stockdale, Ahmed dan Scheepers, 2012). Aplikasi media sosial saat ini tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan serta menyebarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih minat (*engage*) masyarakat. UKM dipercaya mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan negara, namun perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UKM yang memanfaatkan digital marketing. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. UKM dapat menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam langkah awal melakukan digital marketing. Penggunaan media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen karena kemudahan akses dan jumlah pengguna yang banyak.

Pulau Harapan, salah satu dari sekian banyak pulau di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta, memiliki potensi besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pulau Harapan adalah salah satu pulau yang termasuk dalam gugusan Kepulauan Seribu, yang terletak di sebelah utara Jakarta, Indonesia. Secara administratif, Pulau Harapan berada di wilayah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta. Masyarakat di pulau ini sebagian besar bergantung pada usaha kecil seperti perikanan, pariwisata, kerajinan tangan, dan kuliner. Pelaku UMKM dan pemilik Homestay di Kelurahan Pulau Harapan merupakan kelurahan yang paling banyak dikunjungi turis pada tahun 2017, dengan jumlah sebanyak 95.179 pengunjung. Hal ini dapat terlihat dari tabel berikut:

Tabel 1.
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kelurahan Pulau Harapan

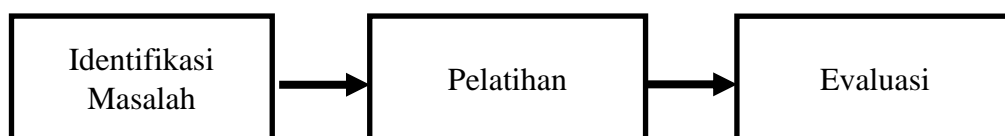
<i>Banyaknya Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kecamatan Kepulauan Seribu Utara, 2017</i>			
<i>Number of tourist arrivals in Kepulauan Seribu Utara, 2017</i>			
Bulan	Panggang	Kelapa	Harapan
(1)	(2)	(3)	(4)
Januari	3 329	317	6 665
Februari	2 521	73	3 939
Maret	4 125	324	4 891
April	5 432	434	11 724
Mei	5 871	150	5 890
Juni	7 431	280	11 535
Juli	13 126	368	10 585
Agustus	8 706	841	9 970
September	3 627	839	6 516
Oktober	3 818	456	4 706
November	3 165	245	9 620
Desember	4 273	581	1308
Jumlah	65 415	4907	95 179

Sumber /Source: Laporan Tahunan Kelurahan 2017

Hal ini menggairahkan para pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang dengan datangnya para turis. Ini merupakan peluang untuk mnejalana sebuah usaha. Namun tterdapa permasalahan dimana terbatasnya pengetahuan pelaku UKM di Pulau Harapan, Kep. Seirbu mengenai pemanfaatan media sosial sebagai peluang usaha memberi insight kepada tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk bergerak dalam sosialisasi dan pelatihan mengenai mencari peluang usaha dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Jika pelaku UKM paham akan memanfaatkan media social bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan tergerak untuk mengaplikasikannya sebagai sarana komunikasi dan promosi, serta dapat menerapkannya secara langsung dengan memanfaatkan media social dalam mencari peluang usaha lainnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam penyelesaian masalah pada pelatihan melalui ceramah, tanya jawab dan beberapa studi kasus dengan menampilkan media video. Alur model pelaksanaan kegiatan pelatihan akan digambarkan pada skema di bawah Ini ;



Gambar 1. Alur Skema Pelaksanaan Penyuluhan

Waktu dan Tempat Kegiatan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (P2M) ini dilaksanakan pada hari Jumat - Minggu, 7-9 Juni 2024. Pelaksanaan kegiatan P2M dilakukan secara tatap muka di Kelurahan Pulau Harapan Kepulauan Seribu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedatangan para dosen yang berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat kolaborasi ini disambut dengan baik oleh perangkat desa dan warga setempat. Selain itu juga masyarakat sangat antusias dan sukarela membantu selama pelaksanaan kegiatan. Baik bantuan yang berupa materi, tenaga, pikiran dan sebagainya.

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan tersebut dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan mencari jalan keluar atau solusi terhadap permasalahan yang dihadapi, utamanya kepada pengembangan sumber daya manusia. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk pemberian solusi dalam mengatasi permasalahan mengenai pemanfaatan media social sebagai peluang usaha Bagi Warga Pulau Harapan, Kep Seribu Jakarta adalah sebagai berikut:

Tahap persiapan,

1. Pembukaan dan perkenalan dengan warga Pulau Harapan Kep Seribu yang merupakan sasaran kegiatan
2. Perkenalan Tim Dosen pengabdian masyarakat bersama dinas pemerintahan, kelurahan Pulau Harapan Kep Seribu Jakarta
3. Sambutan dari Kepala Kelurahan Pulau Harapan, Kep Seribu, Jakarta



Gambar 2. Pembukaan oleh Bapak Lurah Pulau Harapan Kep Seribu, Bapak Yusuf

4. *Ice breaking* yang dilakukan oleh moderator

Tahap Pelaksanaan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (P2M) merupakan kegiatan yang dilakukan baik oleh Lembaga ataupun Mahasiswa/i. Adapun peserta kegiatan P2M yang dilaksanakan di Pulau Harapan Kepulauan Seribu adalah para pelaku usaha dan masyarakat di Pulau Harapan Kep Seribu Jakarta.



Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Dosen

Adapun secara rinci kegiatan dilaksanakan sebagai berikut;

1. Presentasi diawali dengan pengenalan tim dosen abdimas
2. Memberikan sosialisasi tentang apa saja itu Media Sosial dan Digital Marketing
3. Memberikan materi dalam bentuk ceramah dan demonstrasi tentang :
 - a. Pemanfaatan Media Sisoal dalam berwirausaha
 - b. Cara-cara memanfaatkan media social dalam berwirausaha
 - c. Praktek menggunakan Medai social dalam mencari peluang usaha
4. Tanya Jawab



Gambar 4. Kegiatan Tanya Jawab dan diskusi

Tahap Evaluasi

Evaluasi, metode ini dilaksanakan untuk mengetahui umpan balik peserta terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen Doen Pengabdian masarakat dari sisi pemateri, waktu pelaksanaan kegiatan, media yang digunakan selama pelaksanaan kegiatan secara tatap muka, hingga kritik dan saran terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kolaborasi.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan para pelaku UKM menjadi lebih memahami strategi pemasaran di era digital saat ini agar mampu bersaing, sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian pelaku UKM. Strategi pemasaran di era digital dapat dilakukan dengan beralih dari pemasaran langsung ke pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial. Produktivitas dan kreativitas diperlukan para pelaku UMKM dalam menerapkan pemasaran digital, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan hubungan pelanggan. Program Pengabdian kepada Masyarakat (P2M) merupakan pelaksanaan Tridarma Perguruan Tinggi yang diserukan oleh pemerintah (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat), serta sebagai salah satu implementasi pengabdian pada masyarakat sebagai wujud pembuktian ilmu dan ketrampilan yang dimiliki. Kegiatan ini juga untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan para pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha.

PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperoleh respon yang positif dari peserta karena sangat dibutuhkan oleh pelaku UKM untuk mengembangkan usaha dengan memanfaatkan media sosial dalam mencari peluang usaha terbaru. Pelaku UKM berupaya untuk mempertahankan dengan menyampaikan kendala-kendala yang dihadapi selama ini. Tidak hanya sebatas pada pertemuan, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan secara online untuk berkomunikasi melalui Whatsapp atau pada pertemuan selanjutnya.

Pengakuan/Acknowledgements

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat di Pulau Harapan, Kepulauan Seribu. Kesuksesan program ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan partisipasi aktif dari berbagai pihak. Secara khusus, kami ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada:

1. Pemerintah Kabupaten Kepulauan Seribu, terima kasih atas dukungan penuh dan izin yang diberikan, sehingga program ini dapat dilaksanakan dengan lancar dan terkoordinasi.
2. Kepala Desa dan Perangkat kelurahan Pulau Harapan, terima kasih atas kerjasama dan dukungan logistik serta bantuan dalam sosialisasi program kepada warga setempat.
3. Tim Pelaksana Program Pengabdian Masyarakat, terima kasih kepada seluruh anggota tim pelaksana yang telah bekerja keras, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan program di lapangan.
4. Para Instruktur dan Fasilitator Pelatihan, terima kasih atas dedikasi dan keahlian yang diberikan dalam memberikan pelatihan pengelolaan digitalisasi arsip. Kehadiran Anda sangat membantu dalam meningkatkan keterampilan warga.
5. Lembaga Pendidikan dan Penelitian yang Terlibat, terima kasih kepada lembaga-lembaga akademik dan penelitian yang telah memberikan dukungan intelektual dan material dalam pengembangan modul pelatihan dan penyediaan sumber daya lainnya.
6. Sponsor dan Donatur, terima kasih kepada para sponsor dan donatur yang telah memberikan dukungan finansial dan material, memungkinkan program ini berjalan dengan baik.
7. Warga Pulau Harapan, terima kasih atas partisipasi aktif dan antusiasme warga dalam mengikuti pelatihan. Semangat dan keterlibatan Anda menjadi kunci utama keberhasilan program ini.
8. Relawan dan Mahasiswa, terima kasih kepada para relawan dan mahasiswa yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu jalannya kegiatan pengabdian masyarakat ini.
9. Pihak-pihak Lain yang Tidak Dapat Kami Sebutkan Satu per Satu, terima kasih kepada semua individu dan institusi yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam berbagai bentuk.

Kami berharap kolaborasi dan sinergi yang telah terjalin dapat terus berlanjut di masa depan. Semoga program ini membawa manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat Pulau Harapan dan menjadi inspirasi bagi program-program pengabdian masyarakat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A., Sarwani, A. S., Erlangga, H., Siagian, A. O., Purwanto, A., Effendy, A. A., ... & Juhaeri, G. (2020). Optimization of MSMEs Empowerment in Facing Competition in the Global Market during the COVID-19 Pandemic Time. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(11), 1506-1515.
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). *Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision*
- Karomah, Nurul Giswi, Adinda Shafina. 2024. Analisis Sistem dan Prosedur Penjualan dalam Upaya Meningkatkan Pembelian Produk di Marketplace Tokopedia (Studi Kasus pada PT XYZ di Jakarta). *Jurnal Pendidikan Tambusai* ,Vol 8. No.1. Universitas Tambusai.
- Karomah, Nurul Giswi, Elis Chalisyah, Bakri Bakri, Nika Sintesa, Yunita Indriany. 2023. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Secara Digital dengan Optimasi Penggunaan Canva dan Tiktok di Kabupaten Kuningan-Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dimaseta*, Vol.2, No. 2. STIE Surakarta
- Prayitno, Eko Hadi, Hesti Rian, Ria Estiana, Darmawan, Nurul Giswi Karomah. 2021. PENINGKATAN PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA UKM DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Abdimas PLJ*, Vol.1 No.1. Politeknik LP3I Jakarta
- Rian Hesti , Ria Estiana, Eko Hadi Prayitno, Darmawan, Nurul Giswi Karomah. 2021. PENGEMBANGAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN PADA MATA PELAJARAN PRAKARYA DAN EKONOMI KREATIF BAGI TUTOR DI PKBM 11 MANGGARAI. *Jurnal Abdimas PLJ*, Vol.1 No.2 Politetknik LP3I Jakarta