

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (FACEBOOK) UNTUK MENINGKATKAN BISNIS BAGI KELOMPOK USAHA MIKRO DI KELURAHAN PINOKALAN

Devie Mathilda Lumentut ¹

STBM Dua Saudara Bitung ¹

Corresponding email : devielumentut.STBM@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission : 24 - 11 - 2023

Review : 14 - 12 - 2023

Revised : 16 - 12 - 2023

Accepted : 18 - 12 - 2023

Published : 18 - 12 - 2023

Keywords

Usaha Mikro

Media Sosial

Facebook

Online

ABSTRACT

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada Kelompok Usaha Mikro di Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung. Permasalahan yang dihadapi adalah pelaku usaha masih menggunakan strategi pemasaran secara konvensional dalam memasarkan produknya sehingga ruang lingkup pemasaran masih terbatas serta minimnya pengetahuan dan keahlian dalam memanfaatkan media sosial khususnya Facebook sebagai sarana pemasaran sehingga pelaku usaha masih bingung bagaimana cara melakukan pemasaran. Kegiatan yang dilaksanakan berupa sosialisasi dengan metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi, serta evaluasi program. Hasil yang dicapai adalah pengetahuan mitra tentang pengenalan sosial media khususnya Facebook, strategi pemasaran *online* melalui media sosial (Facebook) dalam kegiatan usaha, dan tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis meningkat. Selain itu, pengetahuan mitra untuk memanfaatkan media sosialnya seperti *facebook* sebagai sarana meningkatkan bisnis bagi kelompok Usaha Mikro.

PENDAHULUAN

Saat ini merupakan era revolusi industri 5.0 dimana semua lini bidang kehidupan digantikan dengan kecanggihan teknologi. Termasuk pula kegiatan usaha yang semula dilakukan secara konvensional sekarang bergeser menjadi toko-toko *online*. Selain lebih menguntungkan, karena tidak memerlukan tempat usaha, jangkauan pasar lebih luas, kemudahan transaksi, tidak ada batasan waktu dan keuntungan lainnya, toko *online* juga saat ini sedang menjadi *trend* yang mengakibatkan beberapa usaha konvensional gulung tikar. Oleh sebab itu, masyarakat sebagai pelaku usaha dituntut untuk menguasai teknologi tersebut dan merubah strategi dalam pemasaran (Candraningrum dkk, 2021).

Pengabdian kepada masyarakat yang kali ini dilaksanakan bersama dengan Kelompok *Usaha Mikro* di Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung Sulawesi Utara. Kelompok tersebut merupakan Kelompok Usaha Mikro yang menjalankan kegiatan usaha jualan kue tradisional, warung, kosmetik, dan sebagainya. Berdasarkan wawancara, alasan mereka berjualan adalah ingin membantu keluarganya. Terlebih kelompok usaha didominasi oleh Ibu Rumah Tangga (IRT). Pengenalan toko *online* melalui media sosial diharapkan dapat membantu penghasilan IRT (Sadiyah dkk, 2020).

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada tahap pra-survey kepada Kelompok Usaha Mikro Pinokalan terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi dalam melakukan kegiatan usaha, meliputi pelaku usaha masih menggunakan strategi pemasaran secara konvensional dalam memasarkan produknya sehingga ruang lingkup

pemasaran masih terbatas serta pelaku usaha minim pengetahuan dan keahlian dalam memanfaatkan media sosial (Facebook) sebagai sarana pemasaran sehingga pelaku usaha masih bingung bagaimana cara melakukan pemasaran.

Dengan demikian, dibutuhkan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Adapun solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu dilakukan sosialisasi pemasaran *online* agar pelaku usaha dapat memanfaatkan *media sosial* sebagai sarana pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Damayanti dan Bulan, 2018; Woelandari dan Setyawati, 2018). Dengan adanya pemanfaatan media tersebut, otomatis jangkauan pasar semakin luas sehingga peluang berkembangnya usaha semakin besar (Gani dan Basalamah, 2019).



Gambar 1. Lokasi PKM

Solusi dari program PKM disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi. Solusi yang ditawarkan, antara lain melakukan sosialisasi mengenai strategi pemasaran *online* dan sosialisasi tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis *online*. Berdasarkan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra, maka target luaran yang dicapai meliputi peningkatan pemahaman mengenai strategi pemasaran *online* dan peningkatan pengetahuan mengenai akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis *online*. Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan, maka dilakukan sosialisasi pemanfaatan *media sosial* untuk bisnis *online* kepada Kelompok Usaha Mikro Kelompok *Usaha Mikro* di Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung.

Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar *transfer knowledge* saja melainkan dapat *sharing* pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi (Permatasari dan Endriastuti, 2020). Selanjutnya, dilakukan evaluasi program untuk mengetahui hasil dan *progress* dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi

ini dilakukan dengan cara mengisi kuesioner yang dibagikan kepada setiap peserta setelah program dilaksanakan.

METODE

Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program. Program pengabdian kepada masyarakat diawali dengan sosialisasi berupa pemaparan materi mengenai pengenalan pemasaran *online* dalam kegiatan usaha. Kemudian dilanjutkan pemaparan materi mengenai strategi pemasaran *online* melalui media sosial dalam kegiatan usaha, pemberian contoh tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis *online* serta tips jualan *online*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM di Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung dilaksanakan pada tanggal 04 November 2023. Disepakati pengenalan sosial media (Facebook), strategi pemasaran online melalui media sosial dalam kegiatan usaha, dan tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis online. Hasil yang dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dilihat dari penilaian beberapa komponen berikut ini, meliputi:

Keberhasilan Target Jumlah Peserta Sosialisasi

Target jumlah peserta sosialisasi sebanyak 21 orang pelaku usaha. Keberhasilan target jumlah peserta sosialisasi dinilai sangat baik, karena 100% peserta dapat mengikuti kegiatan sosialisasi ini (Gambar 2).



Gambar 2. Peserta kegiatan PKM

Ketercapaian Tujuan Sosialisasi



Gambar 3. Peserta sosialisasi antusias dalam menanggapi materi yang disampaikan

Tujuan sosialisasi adalah membekali pengetahuan kepada peserta tentang pengenalan sosial media dan strategi pemasaran online melalui media sosial (Facebook) dalam kegiatan usaha. Selain itu, untuk meningkatkan pengetahuan diberikan pula tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis *online*. Peserta antusias menyimak materi dan tutorial yang disajikan karena rata-rata peserta telah memiliki akun *facebook* namun belum memanfaatkannya untuk jualan *online*, sehingga melalui sosialisasi ini peserta memperoleh informasi metode untuk mengembangkan bisnisnya (Gambar 3).

Dalam pelaksanaan sosialisasi, setelah pemberian materi diberikan 3 pertanyaan berkaitan dengan *media sosial*, cara jualan *online* di *media sosial*, dan keunggulan jualan melalui media sosial. Tahapan ini dimaksudkan, untuk melihat bagaimana pengetahuan peserta setelah kegiatan. Jika dilihat dari ketercapaian tujuan sosialisasi dapat dinilai baik (95%), dalam hal ini ada peningkatan pengetahuan.

Ketercapaian Target Materi yang telah Direncanakan

Materi yang telah direncanakan, antara lain: pengenalan *media sosial*, strategi pemasaran *online* melalui media sosial (Facebook) dalam kegiatan usaha, dan tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis *online*. Semua materi sosialisasi telah disampaikan kepada peserta, namun karena keterbatasan waktu sehingga tidak semua materi disampaikan secara detail (Gambar 4). Oleh karena itu, ketercapaian target materi yang telah direncanakan dapat dinilai baik (85%).





Gambar 4. Pemberian materi

Kemampuan Peserta dalam Penguasaan Materi

Pelaksanaan sosialisasi relatif singkat, namun berusaha memberikan pemahaman sehingga pada sesi tanya jawab ada 3 orang peserta yang bertanya berkaitan dengan promosi jualan di media sosial (Facebook) dan kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh peserta (Gambar 5). Artinya, ada kemauan dari peserta untuk menggali lebih jauh mengenai tips jualan online di media sosial (Facebook). Jika dilihat kemampuan peserta dalam penguasaan materi dapat dinilai baik (85%).



Gambar 5. Peserta memberikan pertanyaan pada sesi tanya jawab

Berdasarkan penilaian keempat komponen di atas, maka pelaksanaan kegiatan PKM ini dapat dikatakan berhasil dan dinilai baik. Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian selain diukur dari keempat komponen di atas, juga dapat dilihat dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Peserta sangat puas dengan kegiatan yang diberikan karena memberikan manfaat cukup besar, antara lain: meningkatkan pengetahuan peserta tentang pengenalan *social media* (Facebook), strategi pemasaran *online* melalui media sosial dalam kegiatan usaha, dan tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis *online*. Dengan berbagai manfaat yang dapat diperoleh, diharapkan penggunaan *media sosial* oleh para pelaku usaha mikro di Kelompok Usaha Mikro di Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung semakin luas jangkauan pasar, sehingga peluang berkembangnya usaha semakin besar.

Faktor Pendukung

Faktor pendukung pada kegiatan PKM pada Kelompok *Usaha Mikro* di Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung sebagai berikut:

1. Adanya kerjasama antara Pemateri dengan peserta dan pemerintah setempat sehingga kegiatan PKM dapat terlaksana dengan baik.
2. Antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan PKM ditunjukkan dengan respon berupa pertanyaan-pertanyaan dan juga *feedback* yang diberikan.
3. Kepuasan peserta dengan kegiatan yang diberikan, ditandai dengan peningkatan pengetahuan yang diperoleh peserta terkait penggunaan media sosial (Facebook) untuk bisnis *online*.

Faktor Penghambat

Faktor penghambat pada kegiatan PKM pada Kelompok *Usaha Mikro* di Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung sebagai berikut:

1. Keterbatasan waktu sehingga tidak semua kegiatan yang telah dirancang disampaikan secara detail.
2. Penggunaan tempat pengabdian untuk kegiatan sosialisasi tidak representatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pelaksanaan pada peserta dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengetahuan peserta tentang pengenalan sosial media (Facebook), strategi pemasaran *online* melalui *media sosial* dalam kegiatan usaha, dan tutorial akun *facebook* yang digunakan untuk bisnis *online* meningkat. Serta, pengetahuan peserta untuk memanfaatkan *media sosialnya* (*facebook*) sebagai sarana untuk meningkatkan bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Yayasan dan ketua STBM Dua Sudara Bitung atas arahan dan motivasinya untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat. Ucapan terima kasih kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat STBM Dua Sudara atas izin yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan PKM Mandiri. Ucapan terima kasih kepada Lurah Kelurahan Pinokalan Kecamatan Ranowulu Kota Bitung serta Kelompok Usaha Mikro atas kesediaannya untuk meluangkan waktu mengikuti Pengabdian Kepada Masyarakat. Terima kasih juga kami sampaikan kepada mahasiswa yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM.

References

- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Gityandraputra, D. (2018, Desember 05). *Inspirasi dalam Membuat Konten Instagram Story yang Mengundang Engagement*. Retrieved from Academy: <https://academy.getcraft.com/id/inspirasi-membuat-konteninstagram-story>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25-32.
- Mariam, S. (2022). *Pengenalan Strategi Marketing Dalam Pengembangan Bisnis (UMKM Binaan Jakpreneur) Di Provinsi DKI Jakarta*. 02(02), 1199–1206. <https://stp-mataram.e-journal.id/Amal/article/view/1552>
- Mulyaningsih, T., Ratwianingsih, L., Hakim, A. R., & Mulyadi. (2021). Pelatihan Digitalisasi Dan Pengelolaan Produk Umkm Makanan Halal Tradisional Di Sukoharjo. *Jurnal Kuat Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 3(3), 83–88. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/KUAT/article/view/1401>
- Nasri, R., Nuraeni, & Darmansyah, D. F. (2021). Pelatihan Marketing Digital Di Masa Pandemi Pada Umkm Binaan Bmt Umj. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10649%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/download/10649/5998>
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1-17.
- Putu Agus Eka Darma Udayana, Made Avendias Mahawan, K. A. G. W. (2019). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Online Pengrajin Waterfall Fountain Miniature Di Desa Getasan. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 1(2), 52–58.
- Solihin, D., Ahyani, Karolina, Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Umkm Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM UNPAM*, 2(3), 307–311. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>