

Pelatihan Penggunaan Media Sosial Menuju Perbaikan Ekonomi Di Era Digitalisasi Bagi Ibu-Ibu Aisyiyah Ranting Kampung Kebon Sawangan Depok

Ujang Syaifudin Sumaji^{a,1}, Adi Supriadi^{b,2}, Muhammad Arif Adriyanto^{c,3}
^{a,b,c}Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang*

¹ujang.syaifudin662013@gmail.com; ²dosen02075@unpam.ac.id; ³adribispar74@gmail.com

* Ujang Syaifudin Sumaji

Email ; ujang.syaifudin662013@gmail.com

Abstrak

Ibu-ibu pengajian Aisyiyah di kelurahan Cinangka kota Depok belum bisa memanfaatkan media sosial yang dimiliki sehingga dapat bernilai secara ekonomi. Selama ini para ibu hanya menggunakan *handphone* hanya untuk berkomunikasi sesama teman dan keluarga tanpa bernilai ekonomi. Hal ini disebabkan karena minimnya pemahaman tentang pemanfaatan hp dengan tepat yang dapat bernilai ekonomi. Pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Menuju Perbaikan Ekonomi Di Era Digitalisasi Ibu-Ibu Aisyiyah Kampung Kebon Kelurahan Cinangka Sawangan Depok” ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang penjualan melalui media sosial serta mengajak serta menanamkan kesadaran kepada ibu-ibu Aisyiyah bahwa sangat penting mengembangkan pemasaran melalui media sosial untuk bisa meningkatkan nilai tambah perekonomian keluarga. Target dari pengabdian ini adalah seluruh Pengurus dan anggota PR. Aisyiyah dan yang berada di kelurahan Cinangka, kecamatan Sawangan, kota Depok. Hasil dari PKM ini terbukti para ibu-ibu Aisyiyah dapat menguasai cara penjualan melalui *e-commerce* agar tetap bisa meningkatkan nilai tambah ekonomi keluarga.

Kata kunci: *Media Sosial, E-commerce, Era Digitalisasi*

Abstract

Aisyiyah recitation mothers in the Cinangka subdistrict, Depok city, have not been able to take advantage of their social media so that it can be economically valuable. So far, mothers only use cellphones to communicate with friends and family without economic value. This is due to the lack of understanding about the proper use of cellphones which can have economic value. The community service entitled "Using Social Media Towards Economic Improvement in the Era of Digitalization for Aisyiyah Mothers in Kampung Kebon Kelurahan Cinangka Sawangan Depok" aims to provide knowledge about sales through social media and invite and instill awareness in Aisyiyah mothers that it is very important to develop marketing through social

media to increase the added value of the family economy. The target of this dedication is all Management and members of PR. Aisyiyah and those in the Cinangka sub-district, Sawangan sub-district, Depok city. The results of this PKM proved that Aisyiyah's mothers could master how to sell through e-commerce so that they could still increase the added value of the family's economy.

Keywords: *Social Media, E-commerce, The Age of Digitalization*

PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini bertempat di Kelurahan Cinangka, dimana para anggotanya adalah para Ibu-ibu Aisyiyah yang memiliki mata pencarian sebagai wirausaha dan sebagian besar sebagai ibu rumah tangga yang mengurus serta mengatur segala keperluan di rumah mereka.

Kami memilih untuk memberikan materi penggunaan media sosial yang bisa dimanfaatkan bagi para peserta untuk menambah matahari pencaharian tambahan dalam keluarga dengan sebaik mungkin agar menjadi produktif dan meningkatkan kesejahteraan hidup mereka karena keuangan keluarga mayoritas diatur sepenuhnya oleh Ibu Rumah Tangga Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data, dan isu yang termuat di dalamnya.

Pada aspek lain, media sosial juga bisa menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain (Ahmad, 2009).

TINJAUAN PUSTAKA

Seperti yang dikemukakan oleh Henderi (2007), bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007: 3) Sedangkan menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012: 568)

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat. Salah satu contohnya adalah perkembangan telepon seluler dan internet, keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kebutuhan manusia. Baik kehidupan individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selain mempermudah dan

mempercepat proses komunikasi dan informasi, juga dapat di gunakan dalam dunia usaha atau bisnis pada saat ini seperti : fax, sms, email, website, serta munculnya istilah *e-commerce*.

E-commerce (electronic commerce) adalah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, seperti telepon dan internet. Pemasaran melalui digital memang sudah berkembang sejak lama.

Menuju 2023, teknik pemasaran ini kian mengalami perkembangan yang sangat signifikan, terlebih digital marketing di Indonesia semakin menjangkau pasar yang luas, dengan hasil yang luar biasa. Terbukti dengan perkembangan digital seperti sosial media saja, negara kita ini sudah menduduki peringkat 10 besar sebagai pengguna yang selalu aktif setiap harinya.

Setelah mengetahui dan memahami mengenai definisi tentang media sosial secara umum dan berdasarkan para ahli, disini dijelaskan tentang fungsi media sosial. Sebagai salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini, media sosial berhasil menghubungkan hampir setiap orang yang memiliki akses internet (Ardianto, 2009).

Namun, fungsi media sosial ternyata tidak hanya sebatas itu saja, ada banyak sekali fungsi lain yang bisa didapatkan dari media sosial (Aditya, 2015). berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial yang

dapat dirangkum (Nasrullah, 2019) diantaranya yaitu:

1. Media komunikasi
2. Branding
3. Tempat usaha
4. Marketing

Banyak masyarakat yang kurang memanfaatkan kegunaan media sosial secara efektif dan bernilai guna sehingga dapat menambah penghasilan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berdampak pada kesejahteraan keluarga yang rendah. Tujuan kegiatan tersebut adalah memberikan manfaat bagi penggunaan medsos dalam mengedukasi perencanaan dan pengelolaan serta memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penghasilan sehingga dapat mensejahterakan keluarga sendiri, orang tua dan anak (Houston dkk, 2006).

Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai manfaat media social yang bernilai ekonomi, sehingga menginspirasi team Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pengenalan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika masyarakat paham akan nilai positif pengguna media sosial dapat bernilai ekonomi, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi yang bernilai ekonomi, serta dapat mempraktikkannya secara langsung.

PROSEDUR

Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di kelurahan Cinangka, kota Depok ini berfokus pada target para ibu yang sebagian besar berprofesi sebagai ibu rumah tangga yang tergabung dalam Majelis taklim pengajian Aisyiyah di wilayah kelurahan Cinangka kota Depok. Tidak sedikit para ibu rumah tangga memiliki media sosial berupa *handphone* (Hp) tetapi Hp tersebut belum bisa menambah nilai ekonomi guna menambah nilai ekonomi keluarga.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan beberapa metode yaitu dengan melaksanakan survey terlebih dahulu agar kita mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh para peserta PKM, ceramah dan penyuluhan, simulasi, diskusi serta indikator untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di kelurahan Cinangka kota Depok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan sosialisasi dan wawancara kepada sebagian anggota pengajian ibu-ibu Aisyiyah mengenai permasalahan yang mereka hadapi. Dengan adanya PKM ini diharapkan permasalahan yang timbul akan dapat solusi yang baik sehingga para anggota

bisa lebih produktif dan lebih efisien dalam memanfaatkan media sosial yang di miliki berupa telepon seluler atau *handphone* (Hp) untuk menambah nilai ekonomi keuangan keluarga.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh para dosen Sarjana prodi Akuntansi dari Universitas Pamulang sesuai kebutuhan dalam masyarakat dan memberikan manfaat nyata baik secara langsung atau tidak langsung.

Adapun kegiatan yang dilaksanakan dalam kesempatan kali ini adalah para dosen memberikan ilmu mengenai pembuatan laporan keuangan sederhana, mengatur keuangan keluarga dalam beraktivitas yang sudah direncanakan dan sesuai dengan yang sudah ditetapkan. Secara umum kegiatan ini bertujuan untuk menyiapkan para anggota Ibu-ibu ini bisa membantu meningkatkan kemandirian masyarakat serta memberdayakan potensi masyarakat maupun sumber daya di lingkungannya yang belum dengan baik dan optimal meningkatkan produktivitas dan kemandirian masyarakat tersebut (Agustina, 2016). Efektifitas sebuah pengeluaran dalam rumah tangga bisa dilihat dari tercapainya tujuan atau target yang sudah ditetapkan dalam pencatatan laporan keuangan (Liberty, 2017).

Adapun berikut bukti dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah kami lakukan.



Gambar 1. Foto bersama para peserta



Gambar 2. Suasana Pemaparan Materi

KESIMPULAN

Ibu-ibu pengajian Aisyiyah di kelurahan Cinangka kota Depok belum bisa memanfaatkan media sosial yang dimilikinya sehingga bernilai ekonomi. Selama ini para ibu hanya menggunakan *handphone* untuk berkomunikasi sesama teman dan keluarga tanpa bernilai ekonomi. Hal ini disebabkan karena minimnya pemahaman tentang pemanfaatan *handphone* dengan tepat yang dapat bernilai ekonomi. Berdasarkan permasalahan yang ada maka upaya yang perlu dilakukan adalah meningkatkan pemahaman

dan kemampuan ibu-ibu AISYIYAH melalui pelatihan penggunaan media sosial yang dapat bernilai ekonomi guna menambah keuangan keluarga. Selain itu pula agar mereka bisa meningkatkan kesejahteraan keluarga.

REFERENSI

- Aditya, R. (2015). *Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi pekanbaru*. Jurnal Fisip, 2, 1-14.
- Agustina. (2016). *Analisis penggunaan media sosial instagram terhadap sikap konsumerisme remaja di SMA 3 Samarinda*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(3), 410-420.
- Ahmad, N. S., Hashim, N. H., & Aman, R. C. (2009). *Ekspresi emosi dan cara remaja mengawal emosi: satu kajian rintis*. Jurnal Psikologi Malaysia, 23, 39-47
- Ardianto, E. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha. (2007). *Pengertian Media Sosial*, (Online), (<http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>, diakses pada 19 Februari 2017) Mitchcell, M.H. & Gibson, R.L. 2011. *Bimbingan dan Konseling*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nasrullah, Rulli, (2015). *Media Sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi Jakarta*
- Liberty Trisaningsih, S., & Widayari, F. (2017). *Manajemen pengelolaan dan perencanaan keuangan keluarga pada Ibu rumah tangga di kawasan siwalan Kerto Surabaya*.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2012).
Marketing Management 14th Edition.
United States of America : Pearson.

Brigham, Eugene F and Joel F.Houston,
(2006). Dasar-Dasar Manajemen

Keuangan, alih bahasa Ali Akbar
Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh, PT.
Salemba Empat, Jakarta.