

PERAN MEDIA SOSIAL (MEDSOS) DALAM PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DESA ANTAJAYA BOGOR

¹Akhmar Barsah, ²Arman Syah, ³Angga Pratama

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01578@unpam.ac.id](mailto:dosen01578@unpam.ac.id)

Abstrak

Media sosial adalah layanan informasi berbasis online untuk membentuk suatu hubungan dan interaksi serta komunikasi kesesama pengguna yang memungkinkan untuk memposting dari aktifitas dan segala jenis bentuk kegiatan yang dilakukan. Penggunaan media sosial semakin meningkat baik oleh individu maupun badan usaha dengan berbagai jenis ukuran dari skala kecil, menengah, dan skala besar dalam aktivitas pemasaran perusahaan. Terutama para pelaku UMKM, media sosial sangat membantu dan memudahkan dalam proses pengenalan dan interaksi penjualan suatu produk yang sudah dihasilkan. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mensosialisasikan peran media sosial (MEDSOS) dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) desa Antajaya Bogor. Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan didapat beberapa hasil capaian yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan masyarakat dan ketidaktahuan dalam penggunaan media sosial dapat diberikan pencerahan serta solusi dari tim dosen untuk dapat menggunakan perangkat elektronik sebagai alat pendukung untuk dapat digunakan secara maksimal serta efektif dalam menunjang kegiatan usaha masyarakat sekitar. Guna memaksimalkan hasil dari kegiatan bisnis atau usaha yang telah dilakukan, masyarakat desa Antajaya juga diberikan pemahaman serta mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan terutama dari bidang kewirausahaan dan manajemen yang dikolaborasikan dengan media sosial sehingga masyarakat dapat selangkah lebih maju dalam menjalankan usaha dan dapat lebih berkembang.

Kata Kunci: Media Sosial, Perangkat Elektronik, UMKM

Abstract

Social media is an online-based information service to form a relationship and interaction and communication among users that allows posting of activities and all types of activities carried out. The use of social media is increasing both by individuals and business entities with various types of sizes from small, medium, and large scale in company marketing activities. Especially for SMEs, social media is very helpful and facilitates the process of introducing and interacting with the sale of a product that has been produced. The purpose of this community service is to socialize the role of social media (MEDSOS) in the development of small and medium enterprises (UMKM) in Antajaya village, Bogor. Based on community service activities that have been carried out, several achievements related to community problems and ignorance in the use of social media can be given enlightenment and solutions from the lecturer team to be able to use electronic devices as supporting tools to be used optimally and effectively in supporting local community business activities. In order to maximize the results of the business or business activities that have been carried out, the Antajaya village community is also given understanding and gain additional knowledge, especially from the field of entrepreneurship and management in collaboration with social media so that the community can be one step ahead in running a business and can develop more.

Keywords: Social Media, Electronic Devices, MSMEs

PENDAHULUAN

Media sosial adalah layanan informasi berbasis online untuk membentuk suatu hubungan dan interaksi serta komunikasi kesesama pengguna yang memungkinkan untuk memposting dari aktifitas dan segala jenis bentuk kegiatan yang dilakukan. Dalam media sosial saat ini juga banyak aplikasi

berbasis bisnis, sehingga semakin memudahkan pelaku bisnis khususnya yang masih dalam usaha mikro untuk terus maju dan berkembang. Bagi para pelaku UMKM sejatinya media sosial akan sangat membantu dan memudahkan dalam proses pengenalan dan interaksi penjualan suatu produk yang dihasilkan. Pengguna media sosial oleh

UMKM di Indonesia dengan tujuan mengandung aktifitas bisnis sudah banyak digunakan meskipun perkembangan penggunaannya relatif lambat. Padahal dengan era teknologi yang semakin pesat kemajuannya hampir seluruh aktivitas disemua sektor menggunakan perangkat elektronik.

Peran media sosial tidak dapat dipungkiri pada era sekarang memegang peranan penting terutama dalam hal pengenalan produk-produk kepada konsumen dan juga menjadi salah satu faktor penting dari sisi penjualan. Oleh karena itu pemanfaatan media sosial guna mendukung aktivitas disegala bidang sudah menjadi kebutuhan bagi para pelaku bisnis pada sektor mikro maupun sektor makro. Desa Antajaya yang masuk dalam Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat merupakan desa yang masuk dalam kategori desa berkembang. Mempunyai banyak sekali potensi sumber daya alam yang dapat dikelola dan menjadi suatu nilai jual yang tinggi, selain pertanian dan perkebunan yang memang menjadi sumber utama penghasilan bagi masyarakat setempat.

Pada sumber daya alam juga memiliki potensi untuk dapat dikembangkan dan menjadi nilai ekonomis yang baik seperti batu kali serta pasir yang memang banyak sekali didapati pada area desa Antajaya. Setidaknya baik dari segi sumber daya alam dan juga sumber lainnya bagi masyarakat desa setempat banyak sekali potensi-potensi yang dapat dikelola serta dikembangkan yang nantinya dapat mendukung perekonomian serta menaikkan taraf hidup masyarakat setempat. Potensi dari sektor pariwisata juga banyak terdapat tempat-tempat yang jika dikelola dengan baik maka dapat menjadi salah satu nilai juga bagi masyarakat desa Antajaya seperti curug penganten yang dapat menjadi destinasi wisata bagi para masyarakat dari luar untuk menikmati bermandi di bawah air terjun.

Pada segi manajemen usaha dari berbagai potensi yang terdapat dan mempunyai nilai di Desa Antajaya memang belum tertata dengan baik sehingga sampai saat ini belum ada dampak signifikan bagi kehidupan masyarakat sekitar. Dilihat dari sisi harga jual hasil tani tentu jauh di bawah harga normal dan bagi masyarakat setempat

yang memang hidup dari hasil bertani tidak mempunyai pilihan karena memang Desa Antajaya walaupun memiliki koperasi desa tetapi tidak berfungsi sebagaimana mestinya untuk menampung atau menyalurkan hasil dari pertanian masyarakat setempat. Pada sektor perkebunan Desa Antajaya mempunyai lahan perkebunan baik itu kopi maupun buah durian tidak kurang dari 1000 hektar luasnya dan masih ada sekitar 350 hektar lahan kosong yang belum dimaksimalkan dengan baik.

Kenyataan tersebut memang diakui oleh Sekdes Antajaya Bapak Asep bahwa salah satu permasalahan bagi masyarakat Desa Antajaya adalah bukan dari sisi produksi tetapi lebih kepada bagaimana pengelolaan pasca produksi yang belum baik. Salah satu kendala yang mencolok adalah sumber daya manusia yang ada di Desa Antajaya memang belum dapat melakukan bagaimana seharusnya implementasi manajemen usaha dilakukan dengan tepat. Permasalahan pengelolaan dari sisi sumber daya manusia memang sangat terlihat walaupun sudah pernah dilakukan usaha-usaha seperti penyuluhan dan perekrutan terutama pada generasi muda tetapi pada akhirnya seperti berjalan di tempat. Keadaan tersebut memang dikarenakan para generasi muda Desa Antajaya lebih memilih untuk berkeja pada pada suatu perusahaan atau sebagai buruh.

Hasil bumi maupun sumber daya yang dimiliki tanpa pengelolaan yang baik tentu tidak akan mempunyai dampak positif bagi penduduk suatu daerah, pada sisi lain untuk menjadi lebih produktif tentu dibutuhkan sumber daya manusia yang kompeten dalam mengelola usaha. Untuk menambah atau mendorong nilai jual dari potensi yang ada keberadaan media sosial sangat dibutuhkan terutama pada era digital saat ini. Melalui media sosial tentu akan mempermudah untuk memperkenalkan potensi Desa Antajaya kepada masyarakat luas dan tidak hanya itu saja, keuntungan lain yang didapat seperti bagaimana menjual hasil bumi dengan menggunakan media sosial akan sangat membantu dari segi bisnis dan faktanya saat ini media sosial ataupun media online banyak digunakan para pelaku bisnis dalam mencari pangsa pasar dan menjual produknya.

METODE

Metode kegiatan yang dilakukan adalah dengan mengadakan sosialisasi dan memberikan ceramah dalam konteks ilmu pengetahuan serta berbagi pengalaman dan sesi tanya jawab antara peserta dan narasumber dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap pertama merupakan tahap pengenalan, perencanaan kegiatan yang akan dilakukan dan diawali dengan perkenalan dari pihak-pihak berwenang yang dalam hal ini adalah aparaturnya di Kantor Desa Antajaya. Selanjutnya bertemu dan mengenal masing-masing perwakilan dari kelompok mitra yang sudah ada antara tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) dari dosen serta mahasiswa Universitas Pamulang dari Program Studi Manajemen S-1.
2. Tahap kedua, yakni pelaksanaan kegiatan agenda yang telah dirancang di mana kegiatan dilaksanakan bersama-sama oleh masyarakat setempat secara umum dengan tim PKM yang terdiri dari dosen serta mahasiswa Universitas Pamulang.
3. Pada tahap ketiga, yakni melakukan monitoring dan evaluasi selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada desa masyarakat Desa Antajaya dan dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan kontribusi nyata dan signifikan dalam membuka pola pikir masyarakat Desa Antajaya dan menyadari bagaimana mengetahui kemampuan yang dimilikinya untuk memanfaatkan media sosial guna menunjang terciptanya UMKM baru dan pada sisi lain juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa serta membuat peluang bisnis baru dari berbagai potensi sumber yang dimiliki. Tim pelaksana kegiatan PKM dosen Manajemen yang berjumlah 3 (tiga) orang beserta mahasiswa UNPAM dari program studi Manajemen S-1 yang terdiri dari 2 (dua) mahasiswa. Secara garis besar dapat melaksanakan kegiatan dengan baik sesuai dengan waktu yang direncanakan dan kegiatan pengabdian ini ditujukan kepada masyarakat Desa Antajaya khususnya para generasi muda baik yang

sudah maupun yang belum bekerja serta karang taruna setempat.



Gambar 1. Penyerahan Cenderamata

Konteks dari kegiatan pengabdian ini menitikberatkan pada media sosial sebagai alat yang bisa dimaksimalkan keberadaannya secara positif untuk mendukung kegiatan berbisnis atau berwirausaha dari kegiatan keseharian masyarakat setempat yang secara umum menekuni dalam bidang bertani, berkebun dan menambang. Acara juga dilakukan dengan sesi tanya jawab antara peserta dengan narasumber serta berbagi pengalaman baik secara praktis maupun dari sisi ilmu pengetahuan atau teoritis. Kegiatan ini sangat didukung oleh perangkat Desa Antajaya maupun masyarakat setempat dan dari kegiatan ini banyak hal-hal baru serta informasi yang didapat oleh masyarakat terutama dalam hal penggunaan media sosial secara efektif dan pengelolaan manajemen usaha.



Gambar 2. Sambutan Ketua Pelaksana PKM

Target dan sasaran pengabdian kepada masyarakat adalah seluruh masyarakat mitra Desa Antajaya dan dengan adanya kegiatan ini diharapkan PKM dosen Universitas Pamulang dari Program Studi Manajemen S-1 dapat memberikan kontribusi nyata dan signifikan serta diharapkan akan membuka pola pikir masyarakat Desa Antajaya dan menyadari bagaimana mengetahui

kemampuan yang dimilikinya untuk memanfaatkan media sosial guna menunjang terciptanya UMKM baru dan pada sisi lain juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa serta membuat peluang bisnis baru.



Gambar 3. TIM PKM dan Karang Taruna Desa Antajaya

KESIMPULAN

Kesadaran masyarakat akan pentingnya media sosial sebagai perangkat dalam mendukung kegiatan bisnis atau berwirausaha pada era sekarang terutama masyarakat yang tempat tinggalnya jauh dari perkotaan adalah suatu permasalahan yang tersendiri dan harus mendapat perhatian lebih dari berbagai pihak. UMKM akan sulit berkembang bila kegiatannya atau usaha yang dilakukan hanya dengan cara tradisional, para pelaku bisnis pada masyarakat setempat perlu ditingkatkan baik pengetahuan akan ilmu dan wawasannya dan juga menumbuhkan kepercayaan diri yang tinggi bahwa mereka bisa dengan usaha yang baik dan benar.

Mengacu pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa saran sebagai pertimbangan untuk mencapai kegiatan yang efektif yaitu berkaitan dengan waktu pelaksanaan agar dipertimbangkan kembali pelaksanaan agar ditambah karena mengingat lokasi pengabdian tidak selalu dekat dengan lokasi tempat tinggal tim pelaksana baik dosen maupun mahasiswa yang diikutsertakan sehingga agenda yang telah disusun dapat sepenuhnya dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. Buchari. 2012. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- Juhaeri, et al. (2021). PERANAN DIGITAL MARKETING DALAM MEMASARKAN PRODUK UMKM INTERMODA BSD CITY DIMAS COVID-19. *ABDI LAKSANA*, 2 (2), 376-382.
- Kasali, Rhenald. 2012. Wirausaha Muda Mandiri. Jakarta: Gramedia
- Kumala, D., Novianti, Y., & Safitri, N. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran bagi Pengurus Koperasi Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Tugu Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 6-9.
- Nasrullah, R. (2016). MEDIA SOSIAL (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rochaety, E., & dkk. (2013). Sistem Informasi Manajemen Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Soemahamidjaja. 2013. Membina Sikap Mental Wirausaha. Jakarta: Gunung Jati Press.
- Tambunan, T. (2013). UMKM di Indonesia dan Beberapa Isu Penting. Jakarta: Ghalia.
- Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah.
- Wijastuti, S., et al. (2021). PENGENALAN DIGITAL MARKETING, PELATIHAN SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE DAN MERANCANG KONTEN PEMASARAN YANG BAIK BAGI PELAKU USAHA UMKM DI YAYASAN AMAL BAKTI SUDJONO TARUNO BAKI SUKOHARJO. *PADMA*, 1 (4), 258-260.