

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA MEMBUKA PELUANG BISNIS

Faras Fauzan Rowenda ^{a,1}; Anisa ^{b,2}; Putri Fitriani ^{c,3}; Fadilah ^{d,4}; Irna Maya Sari ^{e,5}
^{a,b,,c,d,e} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang
¹Payasss65@gmail.com; ²irnasari.maya@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari pengabdian pada masyarakat kali ini, adalah untuk memberi tambahan Ilmu pada siswa SMK Bismillah agar bijak dalam menggunakan Media Sosial dan dapat menggunakan Media Sosial untuk kegiatan positif. Kehadiran berbagai bentuk media dan jejaring sosial digital memungkinkan terjadinya akses informasi tanpa batas. Teknologi digital membawa transformasi besar-besaran pada berbagai bentuk sarana komunikasi. Akses informasi tak terbatas ini bisa membawa dampak positif dan negative bagi pengguna media social digital. Siswa SMK Bismillah adalah kaum muda milenial pengguna aktif media social digital. Kaum muda yang masih perlu tambahan literasi digital sehingga diharapkan kedepan mereka mendapat nilai tambah dari media social digital khususnya dibidang bisnis dan ekonomi.

Kata Kunci : *Pemanfaatan Media Sosial, Promosi Usaha (Bisnis)*

Abstract

The purpose of community service this time is to provide additional knowledge to Bismillah Vocational High School students so that they are wise in using social media and can use social media for positive activities. The presence of various forms of digital media and social networks allows unlimited access to information. Digital technology is bringing about massive transformations in various forms of means of communication. This unlimited access to information can have both positive and negative impacts on digital social media users. Bismillah Vocational School students are young millennials who are active users of digital social media. Young people still need additional digital literacy so it is hoped that in the future they will get added value from digital social media, especially in the business and economic fields.

Keywords: *Utilization of Social Media, Business Promotion (Business)*

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah salah satu dari tiga unsur Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat. Kegiatan ini lebih mengutamakan kepada aktivitas nyata yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa, sehingga keberadaannya di tengah masyarakat dapat memberikan manfaat, khususnya warga masyarakat yang berada di lokasi PKM. Tujuan utama Pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah mendekatkan lembaga pendidikan dengan masyarakat, sehingga perguruan tinggi dapat membantu masyarakat dalam bidang edukasi, penyuluhan, pengembangan sumber daya insani dan pengetahuan masyarakat serta mensejahterakan ekonominya. Sasaran kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah para anak remaja yang membutuhkan pembekalan mengenai Manfaat Media sosial di era teknologi saat ini menjadi salah satu trend gaya hidup masyarakat terutama kalangan anak muda. Keberadaan media sosial harus dapat digunakan pelaku UKM (usaha kecil menengah) dalam memasarkan produk. Salah satu media sosial yang dapat digunakan diantaranya adalah Instagram, Facebook, Tiktok, dan sebagainya. Upaya untuk mensosialisasikan media sosial dilakukan

pada Siswa-siswi SMK Bismillah. Mediasosial yang menjadi topik pendampingan adalah Instagram. Berdasar hasil kuesioner yang diberikan pada peserta sosialisasi, 100 % sudah menggunakan media sosial dalam memasarkan produk dan semua responden menjawab menggunakan WhatsApp sebagai media sosial sedangkan yang menggunakan Instagram 30 %. Metode pelaksanaan sosialisasi dilakukan dengan memberikan pelatihan dan mendampingi serta memberikan gambaran penggunaan Instagram sebagai media promosi. Pemberian gambaran penggunaan Instagram disampaikan oleh narasumber dari pelaku usaha yang sudah menggunakan Instagram sebagai media promosi.

Globalisasi informasi telah menempatkan negara kita sebagai bagian masyarakat informasi dunia. Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif dan serba cepat. Perubahan gaya hidup yang lebih konsumtif dapat dilihat dari kecenderungan masyarakat dalam beraktivitas di dunia maya seperti berbelanja secara *online*. Teknologi yang semakin canggih mengakibatkan adanya perubahan

pola pikir masyarakat yang cenderung tradisionalistik menjadi serba modern.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat ditandai dengan sudah semakin meluasnya penggunaan internet yang dapat diakses di seluruh dunia. Pemanfaatan internet di era ini mampu membawa dampak positif maupun negatif. Internet mampu menyediakan informasi apa saja dan membuat setiap orang dimanapun bisa berkomunikasi. Ini dapat dimanfaatkan menjadi peluang usaha yang tidak terbatas akses wilayah dan cakupan orang yang dapat mengaksesnya. Produsen dan konsumen suatu produk tertentu dapat memanfaatkan internet untuk pihaknya masing-masing. Bagi produsen produk dapat memperkenalkan produk-produknya secara cepat dengan menekan biaya promosinya. Sedangkan bagi konsumen dapat dengan cepat mengakses produk yang ingin dibelinya. Konsumen dapat belanja secara cepat dan menyenangkan, karena semua itu bisa diakses dimanapun.

Data lain juga menunjukkan bahwa dari 265 juta penduduk Indonesia saat ini, yang telah terhubung atau mengakses internet adalah 171,17 juta jiwa. Setiap orang saat ini dapat menjalankan usaha secara online dengan memanfaatkan media sosial yang dikenal dengan sebutan online shopping. Online para konsumen tidak harus kehilangan waktu dan

tenaga yang banyak, semua aktifitas menggunakan jaringan internet. Kemudahan inilah membuat online shop semakin diminati oleh pembeli dan penjual. Melalui online shop pembeli dapat melihat berbagai produk yang ditawarkan melalui web atau market place yang dipromosikan oleh penjual. Online shopping memungkinkan kedua belah pihak (penjual dan pembeli) untuk tidak bertatap muka secara langsung, sehingga hal ini memungkinkan penjual memiliki kesempatan mendapatkan pembeli dari luar negeri. Di awal tahun 2018, trend online shop semakin meningkat, karena lebih praktis dan lebih nyaman. Barang yang dibeli akan dikirim melalui jasa pengiriman barang setelah melakukan pembayaran melalui web atau market place atas barang yang dipesan melalui situs web atau market place yang telah disediakan para pedagang online shop tersebut.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah strategi kronologis atau bertahap. Adapun tahapannya sebagai berikut:

- a. Persiapan, pada tahap persiapan ini tim melakukan koordinasi kesemua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan, menentukan jadwal dan penanggung jawab dari kegiatan pelaksanaan dilapangan.
- b. Pelaksanaan, pada tahap pelaksanaan ini tim melakukan kegiatan pembinaan dan pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membuka Peluang Bisnis agar mudah diaplikasikan dalam praktek penggunaannya. Pada tahapan ini tim pengabdian menggunakan metode konseptual dan partisipatif yakni dengan cara menggerakkan dan melibatkan anggota mitrasi dalam setiap kegiatan yang berlangsung baik kegiatan pelatihan, pendampingan dan kegiatan-kegiatan lainnya, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuannya.
- c. Evaluasi, tahapan ini menggunakan metode reflektif, yaitu metode yang bertujuan untuk mengevaluasi program bersama mitra, untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan program sehingga selanjutnya dapat diperbaiki, monitoring keberlanjutan program, dengan melakukan pendampingan pada masyarakat untuk

memastikan keberlanjutan dan keberlangsungan program. Langkah-langkah evaluasi yang dilakukan meliputi kegiatan seperti: pengamatan, dan wawancara/diskusi

HASIL DAN PEMBAHASAN Tahap Persiapan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini di bulan April 2023 di SMK Bismillah, Jln. Palka km 22 Padarincang, Barugbug, Kec. Padarincang, Kab. Serang Prov. Banten dan dilaksanakan oleh Tim Mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang. Tim Mahasiswa terdiri dari 4 (empat) orang dan sekaligus menjadi narasumber (pemateri) pada kegiatan pengabdian ini yang pembagian tugasnya sebagai berikut :

1. Anisa, pemateri Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membuka Peluang Bisnis.
2. Fadilah, sebagai Moderator
3. Faras dan Putri, sebagai penyiapan sarana dan prasarana, penyebaran undangan dan dokumentasi.
4. Dan Pelaksanaan kegiatan ini dibantu oleh 1 (satu) orang Dosen (Irna Maya Sari., S.E., M.Ak) sebagai Pendamping dan Pembimbing.

Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan kunjungan dan koordinasi ke SMK Bismillah.

Tahap Pelaksanaan Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan yaitu sebagai berikut : 1. Penyuluhan dan pelatihan kepada Siswa dan Siswi SMK Bismillah dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membuka Peluang Bisnis. Pengembangan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan digital marketing baik dengan menggunakan aplikasi chat seperti WhatsApp, atau media sosial seperti Instagram dan *Marketplace Shoope*.



2. Pembuatan Akun Media Sosial Untuk sarana promosi. Hal ini Bertujuan agar Siswa dan Siswi dapat Mengelola Bisnis dengan baik melalui Media Sosial.



Dari hasil Analisis kegiatan yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa:

1. Motivasi Siswa dan Siswi sangat tinggi, hal ini dibuktikan dengan antusiasme, jumlah banyaknya pertanyaan siswa dan Siswi kepada narasumber pada saat penyuluhan dan pelatihan berlangsung.
2. Pengetahuan peserta mengenai pengelolaan media sosial meningkat, hal ini bisa dilihat dari sudah adanya akun media sosial untuk mempromosika bisnis mereka.
3. Praktek pendampingan pembuatan media sosial untuk memaksimalkan pemasaran produk (instagram, facebook, dan tiktok).

Tahap Evaluasi keberlangsungan kegiatan dalam meningkatkan Pemanfaatan media sosial dari segi pemasaran dan produksi dilakukan dengan cara monitoring. Kriteria keberhasilan kegiatan ini dapat diukur dengan tercapainya 4 (empat) kriteria yang menjadi target capaian kegiatan, yaitu: tingkat partisipasi, tingkat pemahaman, tingkat keterampilan dan keberlanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan dan pemahaman siswa dan Siswi SMK Bismillah menjadi Meningkat.
2. Keterampilan siswa dan Siswi belajar dalam pemanfaatan media sosial untuk promosi usaha atau bisnis semakin meningkat.

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu :

1. Mengadakan sosialisasi dan pelatihan serupa pada siswa dan Siswi belajar di Mitra lain.
2. Adanya kesinambungan program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga para siswa atau Siswi benar-benar dapat mempraktekan pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi usaha atau bisnis.

REFERENSI

- Anissa Hakim Purwantini, Fritzina Anisa. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce bagi UMKM: Anteseden dan Konsekuen. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*. XVI(1), 47-63.
- Dewa Eka Prayoga. (2018). Main Facebook. PT Kiblat Pengusaha Indonesia. ISBN 9786025205576, Cetakan Pertama.
- Kim, S., & Park, H. 2013. Effects of Various Characteristics of Social Commerce (S-Commerce) on Consumers' Trust and Trust Performance. *International Journal Of Information Management*, 33(2): 318–332.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.11.006>.
- Lovejoy, K., Waters, R. D., & Saxton, G. D. 2012. Engaging Stakeholders Through Twitter: How Nonprofit Organizations Are Getting More Out of 140 Characters or Less. *Public Relations Review*, 38(2): 313–318. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.01.005>.
- Made Rest Handika, Agus Fredy Maradona, Gede Sri Darma. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 15, No. 2,