

PELATIHAN MARKETING DENGAN MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA

¹Eko Sugiyanto, ²Dilawatil Hikmah, ³Eriene Iranie Nizarlie, ⁴Sofi Irma Suryani,
⁵Nina Putri Kusuma Wardhany, ⁶Asih Puji Lestyningrum, ⁷Bambang Prawoto

^{1,2,3,4,5,6,7}Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia

Korespondensi : ekosugiyanto09@yahoo.co.id

Abstrak.

Pihak pemerintah perlu mengupayakan peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan bekerjasama mengadakan pelatihan dan bimbingan guna menciptakan kemandirian ekonomi dikalangan masyarakat. STIE – Bisnis Indonesia ikut serta dengan mengadakan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang ditujukan untuk warga RW. 01 Kel. Tanjung Duren Selatan Kec. Grogol Petamburan Jakarta Barat dengan tujuan: 1). Seberapa besar pengaruh pemberdayaan kewirausahaan khususnya pelatihan pemasaran menggunakan sosial media untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga. 2). Memperkenalkan sosial media sebagai alternatif lain dalam pemberdayaan kewirausahaan dan memberikan ide – ide baru untuk para warga dalam mengembangkan produknya. 3). Bagaimana peran perguruan tinggi dalam mendorong perkembangan wirausaha dengan social media sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga. PKM ini akan kami sajikan dengan metode exploration, yaitu menggali satu atau beberapa aspek khusus suatu topik. Kemudian mendiskusikannya, mempelajari, mencari alternatif solusinya dan mengevaluasi. Kami juga akan menggunakan metode sharing of ideas, prosedur give and take, Hasil PKM menunjukkan bahwa warga dapat menerima dengan baik apa yang sudah kami sampaikan, terlihat dengan antusias mereka untuk mencoba membuat akun social media dan mulai mengoperasikannya sesuai dengan materi yang kami sampaikan.

Kata kunci: Kewirausahaan, pendapatan, sosial media

Abstract

The government needs to strive to improve people's welfare by collaborating in providing training and guidance in order to create economic independence among the community. STIE - Bisnis Indonesia is participating by holding a Community Service program (PKM) for citizen RW. 01 Kel. Tanjung Duren Selatan Kec. Grogol Petamburan West Jakarta with the objectives of: 1). How big is the influence of entrepreneurial empowerment, especially marketing training using social media to help increase family income. 2). Introducing social media as another alternative in empowering entrepreneurship and providing new ideas for residents in developing their products. 3). What is the role of tertiary institutions in encouraging the development of entrepreneurship with social media so that it can increase

family income. We will present this PKM using the exploration method, which is to explore one or several specific aspects of a topic. Then discuss it, study, find alternative solutions and evaluate. We will also use the sharing of ideas method, the give and guess procedure. The results of the PKM show that residents can accept what we have conveyed well, it can be seen with their enthusiasm to try to create social media accounts and start operating them according to the material we convey.

Keywords: *Enterpreneurship, income, social media.*

PENDAHULUAN.

Seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi khususnya perkembangan ekonomi digital telah memberikan kemudahan untuk memasarkan hasil produk industry rumahan melalui internet (media sosial), sehingga proses pengenalan produk dapat dengan mudah dilakukan. Kewirausahaan/kewiraswastaan pada dasarnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. Secara ekstrim wirausaha didefinisikan sebagai seseorang yang dapat mengubah sampah menjadi emas. Rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih kecil jika dibandingkan dengan sejumlah negara lain di Asia Tenggara. Khususnya bagi generasi muda, fasilitas pinjaman untuk berusaha dari pemerintah masih belum terserap dengan baik. (www.ekonomi.bisnis.com) Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47 persen atau hanya sekitar 9 juta orang dari total jumlah penduduk. Kendati naik dari 2016 yakni 3,1 persen, tetapi jumlah wirausaha masih kalah banyak dari negara tetangga seperti Singapura. Transformasi spirit kewirausahaan pada ekonomi kerakyatan yakni Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional setelah terdampak pandemi Covid-19 Pelatihan marketing menjadi salah satu upaya yang dilakukan STIE Bisnis Indonesia untuk ikut serta mengembangkan kreatifitas kewirausahaan warga RW.01 Kel.Tanjung Duren Selatan Kec.Grogol Petamburan, Jakarta Barat. Dengan tujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan kemandirian dalam berusaha dan kemudahan dalam memasarkan produknya melalui sosial media, guna meningkatkan pendapatan keluarga dalam usaha mencapai keluarga Bahagia dan sejahtera.

RUMUSAN MASALAH.

Rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh pelatihan marketing menggunakan media sosial terhadap perkembangan wirausaha warga di Jakarta Barat.
2. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap perkembangan wirausaha warga di Jakarta Barat.
3. Bagaimana bentuk peran perguruan tinggi dalam memberikan dukungan terhadap perkembangan wirausaha warga di Jakarta Barat.

Tujuan Kegiatan.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk mengetahui:

1. Seberapa besar pengaruh pemberdayaan kewirausahaan khususnya pelatihan pemasaran menggunakan social media untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga.
2. Memperkenalkan sosial media sebagai alternatif lain dalam pemberdayaan kewirausahaan dan memberikan ide – ide baru untuk para warga dalam mengembangkan produknya.
3. Bagaimana peran perguruan tinggi dalam mendorong perkembangan wirausaha dengan sosial media sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga

KAJIAN PUSTAKA.

Menurut Fahmi (2013:1) Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Sedangkan menurut Hisrich et.al.dalam Slamet et.al (2014:5) kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dan memiliki nilai dengan mengorbankan waktu dan tenaga, melakukan pengambilan risiko finansial, fisik, maupun sosial, serta menerima imbalan moneter dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Menurut Nasrullah(2016 ; 8) media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Dan menurut Van Didalam Nasrullah (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihats ebagai

medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial

METODE.

Pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang kami lakukan bersifat mono disiplin, PKM ini diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 26 Januari 2023 secara tatap muka. Objek penelitian dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah pelatihan marketing dengan menggunakan social media yang dilakukan kepada warga RW.01 Kel.Tanjung Duren Selatan Kec.Grogol Petamburan Jakarta. PKM ini kami sajikan dengan metode exploration, yaitu menggali satu atau beberapa aspek khusus suatu topik. Kemudian mendiskusikannya, mempelajari, mencari alternatif solusinya dan mengevaluasi. Kami juga akan menggunakan metode sharing of ideas, prosedur give and take, yaitu suatu diskusi yang selaras dengan memberikan pandangan-pandangan di mana seluruh peserta bisa ikut berpartisipasi.

Evaluasi Program .

Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui hasil dan progress dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi warga sebelum program dilaksanakan dan kondisi warga setelah program dilaksanakan. Secara rinci, evaluasi program dapat dilihat berdasarkan table berikut :

Evaluasi Pelaksanaan PKM

No.	Program	Indikator	Kriteria	Instrumen
1.	Sosialisasi pelatihan marketing menggunakan social media	Pemahaman warga mengenai pemasaran menggunakan social media	Peningkatan pemahaman mengenai pemasaran menggunakan social media	<ul style="list-style-type: none"> • Observasi • wawancara
2.	Pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi tiktok, shopee dan instagram sebagai media pemasaran produk	Kemampuan warga dalam membuat dan mengoperasikan social media khususnya tiktok, shopee dan instagram	Peningkatan kemampuan dalam membuat dan mengoperasikan sosial media khususnya tiktok, shopee dan instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Wawancara

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Tim PKM dari STIE – Bisnis Indonesia pada Kamis 26 Januari 2023 secara tatap muka dan dihadiri

oleh 100 peserta yang merupakan warga, para dosen dan mahasiswa/mahasiswi STIE – Bisnis Indonesia. Adapun susunan acara kegiatan dapat dilihat pada table berikut:

Susunan acara PKM

Waktu	Acara
09:00 – 09:15	Persiapan PKM
09:15 – 09:20	Pembukaan oleh MC
09:20 – 09:25	Menyanyikan lagu Indonesia Raya dilanjutkan dengan lagu Mars STIE – Bisnis Indonesia
09:25 – 09:30	Sambutan oleh ketua STIE – Bisnis Indonesia, Bapak Dr. Agus Setiadji, S.A.P., M.A.
09:30 – 10:30	Pemaparan materi PKM
10:30 – 11:30	Sesi Tanya jawab
11:30	Penutup

Peserta antusias mengikuti kegiatan PKM dari hingga akhir acara, khususnya warga yang sangat tertarik dalam pembuatan akun social media dan cara pengoperasiannya dalam upaya memasarkan produknya. Karena selama ini warga masih menggunakan pemasaran secara konvensional, PKM berlangsung menarik karena banyak interaksi dua arah antara pemateri dengan peserta baik warga maupun para /mahasiswi, selain itu peserta diberikan pendampingan dan pengarahan secara khusus agar materi yang diberikan dapat dipahami dan dipraktikkan dengan baik. Diskusi yang kami lakukan memberikan hasil yang positif terhadap masalah yang mereka hadapi, ditunjukkan dengan interaksi dua arah dan beberapa pertanyaan yang disampaikan oleh Peserta kepada Pemateri.

SIMPULAN.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim PKM STIE – Bisnis Indonesia maka dapat ditarik simpulan dan saran sebagai berikut:

1. Materi yang disampaikan tentang pemberdayaan kewirausahaan dalam meningkatkan pendapatan keluarga dan pelatihan marketing menggunakan sosial media dapat diterima oleh warga dengan baik, sehingga warga sangat tertarik dan ingin mencoba memasarkan produknya menggunakan social media sesuai dengan arahan dari kami.
2. Masih dibutuhkan program lanjutan agar dapat dievaluasi dan tepat guna bagi mitra warga maupun para mahasiswa/mahasiswi STIE – Bisnis Indonesia.
3. Waktu PKM yang relative singkat dengan keterbatasan waktu tatap muka, maka belum dapat menjangkau peserta dalam kuantitas lebih banyak, sehingga diharapkan

adanya penambahan dana agar program dapat dilaksanakan dengan melibatkan peserta yang lebih banyak dan dengan waktu yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA.

Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Slamet, F. et. al. (2014). *Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. PT. Indeks: Jakarta.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20220319/9/1512926/pengusaha-ri-baru-34-persen-butuh-14-persen-untuk-jadi-negara-maju> (diakses pada tanggal 16 Januari 2023).

<https://www.kompasiana.com/bocahdesa/5f02f9f5097f36309f242952/indonesia-kekurangan-entrepreneur-muda-saatnya-generasi-millennial-bangkit-dan-merebut-peluang-bisnis> (diakses pada tanggal 16 Januari 2023).