

Penyuluhan Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Rumahan Umkm Jamaah Masjid Di Kelurahan Tomang

¹Siti Komsiah, ²Sularso Budilaksono, ³Ahmad Muhammad Thantawi, ⁴Febrianty Mustafa,
⁵Nizirwan Anwar

^{1,2,3} Universitas Persada Indonesia YAI
⁴Palcomtech Institute of Technology and Business
⁵Esa Unggul University
Jln Diponegoro 75 Jakarta Pusat
Corresponden: siti.komsiah70@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan pada Kegiatan penyuluhan yang merupakan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah memberikan pengetahuan dan ketrampilan mengenai Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Rumahan Jamaah Masjid pada pelaku pelaku UMKM di Kelurahan Tomang khususnya bagi UMKM binaan DKM. Mayoritas peserta pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah para ibu rumah tangga yang mempunyai usaha dalam rangka menambah pendapatan keluarga yang memiliki usaha dagang rumahan. Pelaku UMKM diberikan motivasi untuk menggunakan media komunikasi digital seperti media social, website, aplikasi smart phone dan lain-lain. Metode yang digunakan adalah berupa penyuluhan kepada 40 pelaku UMKM binaan DKM di Kelurahan Tomang Jakarta Barat. Hasil kegiatan penyuluhan ini adalah adanya peningkatan pengetahuan bagi peserta dalam mengkomunikasikan produk dan merek secara berkelanjutan dengan memanfaatkan media digital agar meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM.

Kata kunci : *Pengabdian masyarakat, UMKM, Komunikasi digital, media social*

ABSTRACT

The aim of the Community Service Program (PKM) is to provide knowledge and skills regarding Optimizing Social Media to Increase Sales of Congregational Home Production to UMKM actors in Tomang Village, especially to UMKM assisted by DKM. The majority of participants in community service activities are housewives who have businesses in order to increase family income who have home trading businesses. UMKM are motivated to use digital communication media such as social media, websites, smart phone applications and others. The method used is in the form of counseling to 40 UMKM actors assisted by DKM in Tomang Village, West Jakarta. The result of this counseling activity is an increase in knowledge for participants in communicating products and brands in a sustainable manner by utilizing digital media in order to increase income for UMKM actors.

Keyword : *Community service, UMKM, digital communication, social media*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat menuntut semua pihak yang bergerak dalam bidang usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam upaya promosi, pengenalan produk, branding dan pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia mengalami perubahan seiring dengan

perubahan perilaku masyarakat, 49,6% konsumen mencari informasi produk secara online sebelum melakukan pembelian (Riset Alvara, 2019) dengan demikian menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar serta menjadi tantangan agar mampu bertahan di era digitalisasi.

Kehadiran media digital dan perkembangan media social telah mengubah semua tananan kehidupan dan kebiasaan

masyarakat dalam segala hal. Masyarakat pun sudah banyak yang menggunakan smart phone dan memanfaatkan media social baik FB, Instrgram maupun Tik Tok, namun berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan sebelum penyuluhan masih banyak para pelaku UMKM binaan DKM khususnya kelurahan tomang yang belum secara optimal memanfaatkan media social untuk pengembangan usahanya dalam peningkatan penjualan.

Untuk itu perlu kiranya dilakukan penyuluhan bagi pelaku UMKM terkait optimalisasi media social untuk meningkatkan penjualan produksi rumahandan pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian dan mensejahterakan keluarga tentunya. Penyuluhan ini adalah bentuk kerjasama antara dosen UPI YAI dengan nara sumber Brand owner Maisaya.ID dan Kins Katering

2. PERMASALAHAN

Permasalahan yang dialami oleh UMKM produk rumahan binaan masjid diantaranya :

1. Kurangnya pengetahuan dalam pemasaran online Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan perlu adanya peran perguruan tinggi melalui program pelatihan dan pendampingan (Putra dan dan Syahrudin, 2019)
2. Permasalahan selanjutnya adalah pelaku UMKM memasarkan produknya secara offline berdagang secara langsung yang menyebabkan kurangnya perluasan pemasaran. Padahal dalam era teknologi sekarang pelaku usaha dapat memanfaatkan pemasaran secara online yang akan meningkatkan penjualan dan laba pada usahanya.(Putra & Syachrudin, 2019)

3. METODOLOGI

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk tanya jawab, diskusi dan penyuluhan tentang optimaslisasi media sosial untuk meningkatkan penjualan produk rumahan. Kegiatan ini diselenggarakan di RPTRA MANDALA Kelurahan Tomang pada tanggal 27 Desember 2022

menggunakan metode penyuluhan dan tanya jawab dengan 40 peserta yang berprofesi sebagai pelaku UMKM di Kelurahan Tomang dan menjadi Binaan dari DKM Masjis sekitar. Mashur (2021)menjelaskan, metode penyuluhan merupakan pendekatan dasar untuk melakukan pendekatan, mendorong, dan mempengaruhi masyarakat, petani, ataupeternak untuk belajar. Penyuluhan adalah suatu sistem pendidikan luar sekolah yang ditujukan kepada sasaran penyuluhan. Proses Pendidikan terjadi karena adanya komunikasidua arah antara penyuluh sebagai sumber informasi dengan masyarakat sebagai sasaran penyuluhan dan sebaliknya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan tomang dilakukan dengan beberapa tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan luaran karya ilmiah:

a. Perencanaan Penyuluhan

Tim dosen pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat melakukan observasi ke lokasi abdimas dan melakukan pengenalan. lalu menentukan perumusan masalah, setelah itu tim melihat tema pelatihan apa saja yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Survey ini dilakukan dalam upaya menggali keterlibatan DKM masjid dalam melakukan pemberdayaan pada UMKM masyarakat sekitar masjid.



Gambar 1 Survey Pengalihan informasi untuk penyuluhan (tahap perencanaan)

Rangkaian kegiatan yang dilakukan dari tanggal 7-9 desember 2022 di masjid al Mu'minin Tanjung Gedong Tomang. Kegiatan ini di ikuti oleh 20 peserta pelaku

UMKM yang menjadi binaan Masjid di kelurahan Tomang. Kegiatan ini menghasilkan data pembinaan, ketrampilan dan penyuluhan yang sudah dilakukan DKM masjid agar para pelaku UMKM sekitar memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam mengembangkan usahanya termasuk bagaimana menggunakan media social dalam memasarkan dagangannya sehingga memiliki pelanggan dan omzet yang besar.



Gambar 2 FGD dengan pelaku UMKM Binaan DKM sebelum penetapan penyuluhan

Kegiatan ini diakhiri dengan pengumpulan data yang dilakukan oleh mahasiswa MBKM untuk mengali data dengan kuesioner dan wawancara terkait pendampingan izin usaha untuk UMKM, Peningkatan pada pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi / digitalisasi untuk operasional usaha, pembinaan oleh DKM meningkatkan kemampuan UMKM untuk menambah karyawan, pelatihan/pendampingan apa saja yang telah dilakukan oleh DKM masjid, kendala atau hambatan apa saja yang ditemui oleh pengurus DKM dalam melaksanakan pembinaan UMKM, Bagaimana dan apa saja harapan Anda selaku pengurus DKM untuk program pembinaan UMKM ke depannya serta apa saja harapan Anda selaku pengurus DKM untuk program pembinaan UMKM ke depannya

b. Pelaksanaan penyuluhan

Setelah dilakukan survey untuk mengetahui kebutuhan penyuluhan apa

saja yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM binaan masjid, maka dilakukan penyuluhan sesuai keinginan dari pelaku UMKM. Kegiatan dilakukan di seminar bisnis “Pemberdayaan UMKM Binaan Masjid” yang diselenggarakan pada tanggal 27 Desember 2022. Kegiatan ini Bertempat di lokasi RPTRA Mandala Kelurahan Tomang Grogol Jakarta Barat dibuka oleh Dwi Kuarniasih, MM Lurah Tomang Jakarta Barat .



Gambar 3 Foto Bersama Lurah Tomang

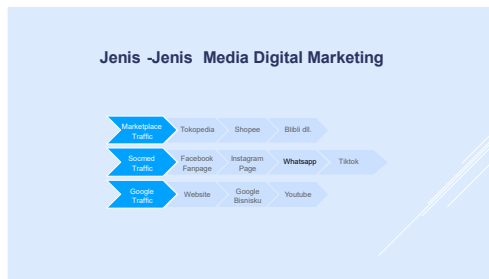
Kegiatan Pengabdian ini diikuti oleh 40 pelaku UMKM, Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari jam 13-15.30 dengan sangat antusias terlihat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada nara sumber terkait masalah optimalisasi media social untuk meningkatkan Penjualan Produksi rumahan Jamaah Masjid. Nara sumber ibu Sri dari Bank Jawa Barat menyampaikan materi terkait Kredit Mesra sebagai solusi pembiayaan UMKM rumah Ibadah. Kegiatan ini juga di isi oleh Ketua Dewan Masjid Indonesia dengan materi Strategi Pemberdayaan UMKM melalui terobosan organisasi dan komunitas.

Optimalisasi Media Sosial

Materi optimalisasi media social dimulai dengan tanya jawab dan diskusi oleh narasumber untuk mengetahui bagaimana pelaku UMKM selama ini memasarkan produknya pada pelanggan. Dilanjutkan dengan pemberian materi oleh narasumber.

Narasumber menjelaskan bahwa berbagai upaya dapat dilakukan dalam

meningkatkan produk diantaranya adalah dengan memanfaatkan media social. Dijelaskan bahwa terdapat berbagai jenis media digital yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran online diantaranya adalah marketplace, sosmed traffic dan google traffic.



Gambar4. Jenis-jenis Media Digital Marketing

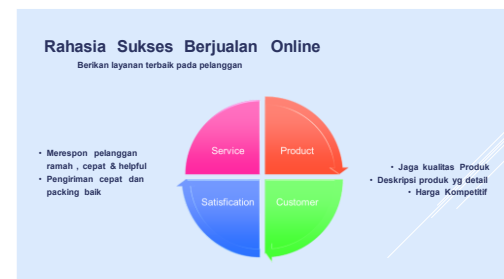
Selanjutnya Narasumber menjelaskan bahwa terdapat manfaat onboarding UMKM Digital yaitu, pasar lebih luas, took buka 24 jam, bisa tanpa modal, jualan dimanapun, praktis, mendapat banyak saran, banyak prmoo bisa diberikan dan resiko kecil.



Gambar5 Manfaat onboarding UMKM Digital

Sebagaimana disampaikan oleh Farhan furkon “rahasia sukses berjualan online adalah memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan dengan cara merespon pelanggan dengan ramah, cepat dan

helpfull, pengiriman cepat, packing baik, menjaga kualitas produk serta mendeskripsikan produk yang detail dan harga kompetitif. Untuk itu menurut Farhan jika ingin berjualan online, maka sebaiknya memperhatikan hal tersebut diatas karena berdagang secara online tentulah akan sangat berbeda dengan berdagang secara offline. Salah satu hal yang membedakan adalah antara pedagang tidak dapat melayani secara offline dan tidak dapat mendengar keluhan secara langsung dari customer.



Gambar 6 Rahasia sukses berjualan online



Gambar 7 Kegiatan Penyuluhan

Selanjutnya Farhan juga menyampaikan bahwa Sebanyak 82% pengguna smartphone melakukan riset online sebelum melakukan pembelian, untuk itu para pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan mampu menarik konsumen untuk melakukan aktivitas pembelian.

Untuk meningkatkan penjualan berbagai jenis media digital dapat digunakan mulai dari mengelola google traffic sengan menggunakan website, google bisnisku dan youtube.

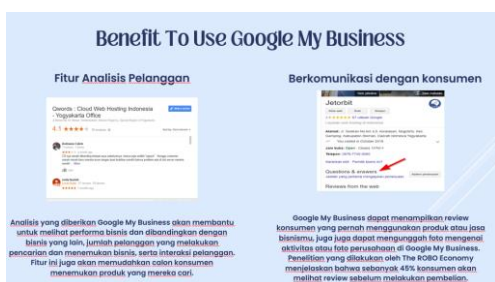


Gambar 8 Google my business

Seperti dijelaskan oleh Farhan dengan menggunakan google my business akan dapat mengetahui Analisis yang diberikan Google My Business akan membantu untuk melihat performa bisnis dan dibandingkan dengan bisnis yang lain, jumlah pelanggan yang melakukan pencarian dan menemukan bisnis, serta interaksi pelanggan.

Fitur ini juga akan memudahkan calon konsumen menemukan produk yang mereka cari. Selain itu Google My Business dapat menampilkan review konsumen yang pernah menggunakan produk atau jasa bisnismu, juga juga dapat mengunggah foto mengenai aktivitas atau foto perusahaan di Google My Business.

Penjelasan tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh The ROBO Economy menjelaskan bahwa sebanyak 45% konsumen akan melihat review sebelum melakukan pembelian



Gambar 9 Benefit To Use Google My Business

Upaya untuk mewujudkan UMKM menghadapi era digital harus adanya suatu gerakan pemberdayaan. Pemberdayaan dimaksudkan untuk menjadikan UMKM yang mandiri, bebas dari ketergantungan, dapat menciptakan inovasi baru, serta mampu mengembangkan

perekonomiannya ke arah yang lebih baik (Nashar, 2017). UMKM bisa dijadikan mitra untuk memperkenalkan layanan ekonomi digital sehingga ada suatu kebaruan dalam mengakses layanan keuangan digital. Untuk menghubungkan antara para pelaku e-commerce dan start-up company diperlukan komunitas yang bisa memberikan dampak sosial yang melibatkan aktivitas social dan bisnis dalam memberdayakan pelaku UMKM untuk memberikan kemandirian serta sebagai solusi dalam menghadapi tantangan social yang ada (Irma Paramita Sofia, 2015) (Rahadi, 2017).

Selanjutnya Narasumber berikutnya Sri menambahkan pentingnya literasi keuangan yaitu dengan Literasi keuangan membuat masyarakat “melek finansial” yaitu memahami bagaimana mengelola uang, melunasi hutang, suku bunga, asuransi, tabungan pensiun, pajak, serta produk keuangan seperti kredit /pinjaman. Sehingga dapat menggunakan produk keuangan untuk mencapai stabilitas ekonomi.



Gambar 10 Kegiatan Pemberian Materi

Kegiatan seminar ini ditutup dengan sesi tanya jawab dari peserta kepada pembicara dengan memberikan hadiah bagi penanya terbaik, selanjutnya ditutup dengan doa dan foto Bersama seluruh peserta beserta narasumber dan pejabat kelurahan.

c. Sesi Tanya Jawab

Setelah seluruh narasumber memaparkan presentasinya, seluruh peserta dipersilahkan untuk mengajukan pertanyaan, para peserta secara antusias bertanya dan dijawab baik oleh para narasumber.



Gambar 11 Sesi tanya Jawab

- d. Pemberian Doorprize dan Penutupan Acara
Setelah sesi tanya jawab berlangsung, maka seluruh peserta yang bertanya diberikan penghargaan berupa doorprize lalu foto bersama



Gambar 12 Pemberian Doorprize
Pemberian doorprize diberikan pada dua orang yang bertanya terbaik.



Gambar 13 Pemberian Doorprize

Acara di akhiri dengan foto Bersama seluruh peserta, narasumber, panitia dan aparat kelurahan.



Gambar 14 Sesi Foto Bersama peserta dan narasumber

5. KESIMPULAN

Penyuluhan optimalisasi media social untuk meningkatkan produksi rumahan kepada pelaku UMKM binaan masjid berlangsung dengan lancar dan peserta terlihat sangat antusias. Peserta memahami perkembangan teknologi komunikasi untuk dimanfaatkan dalam pemasaran online dalam meningkatkan penjualan seperti disampaikan oleh narasumber.

Saran untuk selanjutnya adalah diberikan pelatihan pemanfaatan komunikasi gital dengan menggunakan berbagai media social, web termasuk pelatihan untuk menggunakan e-commerce dan bekerja sama dengan berbagai platform untuk memperluas pemasaran. Pelatihan diperlukan dengan workshop dengan menggunakan bahan dan alat yang cukup memadai agar dapat praktek langsung di lokasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada KEMENDIKBUDRISTEK yang telah mengadakan program *Matching Fund-MBKM* Jejaring dan Implementasi Digitalisasi Masjid sehingga dapat berlangsung dan berjalan dengan baik dari awal September hingga Desember 2022. Perwakilan beberapa DKM di daerah Jakarta dan Bogor yang telah bersedia untuk diwawancarai serta mengikuti sosialisasi khususnya DKM masjid disekitaran Kelurahan Tomang.

DAFTAR PUSTAKA

Mashur. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Penyuluhan (Bagi Mahasiswa Peternakan dan Kedokteran Hewan). Global Aksara Pers

Nashar. (2017). Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Di Mulai Dari Halaman Masjid. Madura: Duta Media Publishing.

Kominfo. (2017). Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online. Retrieved from [https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media#:~:text=Pemerintah menggagas 8 juta UMKM bakal go online pada 2019 mendatang.&text=Lewat kerja sama ini%20pemerintah,perkembangan ekonomi digital di Indonesia](https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media#:~:text=Pemerintah%20menggagas%208%20juta%20UMKM%20bakal%20go%20online%20pada%202019%20mendatang.&text=Lewat%20kerja%20sama%20ini%20pemerintah,perkembangan%20ekonomi%20digital%20di%20Indonesia)

Putra, Y. M., & Syachrudin, D. (2019). Pendampingan Penerapan Sistem Pemasaran Online Dan Pelaporan Keuangan Sederhana Pada Sektor Usaha Kecil Di Kelurahan Meruya Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(1), 27. <https://doi.org/10.22441/jam.2019.v5.i1.006>

Rahadi, D. R. (2017). Analisis Sektor Usaha Kecil & Menengah Menjadi Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 159–173. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i2.115>

Riset Alvara. (2019). Perilaku dan Preferensi Konsumen Millennial Indonesia terhadap Aplikasi ECommerce. Jakarta