

Pemanfaatan Media Sosial dan *Ecommerce* sebagai Media Pemasaran dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid 19

Fata Nidaul Khasanah¹, Herlawati^{2*}, Seta Samsiana³, Rahmadya Trias Handayanto⁴, Anita Setyowati Srie Gunarti⁵, Irwan Raharja⁶, Maimunah⁷, Benrahman⁸

^{1,2}Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya, Bekasi Utara, Jawa Barat 17121, Telp : (021) 88955882, 889955883, fatanidaul@gmail.com, herlawati@ubharajaya.ac.id

^{3,4,5}Fakultas Teknik, Universitas Islam 45, Jl. Cut Meutia No 83, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia, set4sam@gmail.com, rahmadya.trias@gmail.com, anita_ft@unismabekasi.ac.id

⁶Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jl. Banten No. 1, Karangpawitan, Karawang Barat, Jawa Barat, irwan.ira@bsi.ac.id

⁷Fakultas Teknik, Universitas Muhamadiyah Magelang, Jl. Mayjend Bambang Soegeng KM 5 Mertoyudan, Magelang, Jawa Tengah, maimunah@ummgl.ac.id

⁸Fakultas Teknologi Komunikasi dan Informatika, Universitas Nasional, Jl. Sawo Manila, RT.14/RW.3, Ps. Minggu, Kec. Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12520, benrahman@civitas.unas.ac.id

*Korespondensi: herlawati@ubharajaya.ac.id

Diterima: 20 Juli 2020 ; Review: 22 Juli 2020 ; Disetujui: 25 Juli 2020, Diterbitkan: 27 Juli 2020

Abstract

The development of information technology in Indonesia increased rapidly from day to day. It is influenced by a variety of factors ranging from the expansion of Internet coverage area, increased Internet bandwidth, the latest use of Internet technology and communication that is faster and more efficient, the development of smart phones, the emergence of various kinds of social media and ecommerce, as well as the number of people who understand and actively use the Internet. Currently the role of information technology is influential in the economic world, especially in terms of online sales or known ecommerce. Partners in community service activities are a group of parents committee one private elementary school in Bekasi. The background of the partner has a side business that is done independently with various types of business such as food, clothing, laundry services, health and so forth. In the implementation of this type of business is likely to be still passive by waiting for orders from consumers and lack of utilization of social media and ecommerce in today's digital era. The proposed solution by conducting a training activity optimizing the use of smartphone devices by utilizing social media and ecommerce that exist as a media marketing in support of business opportunities in the past pandemic Covid 19. This activity aims to change the pattern of business actors from traditional marketing models to modern marketing models by utilizing digital information technology. By utilizing digital information technology it is expected that business activities are carried out able to increase profit margins, increasingly expanding market share, increased sales volume and marketing costs can

be minimized. The results of the assessment showed that from the satisfaction side of the participants to the implementation of the activities of 4.4 continued to benefit from the activities of 4.5 and for the benefit of the material delivered by 4.4. Thus, the activities of the Community devotion were obtained an average value of 4.4 from the highest scale of 5.

Keywords : *Android, business, covid 19, ecommerce, social media*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia meningkat pesat dari hari ke hari. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor mulai dari perluasan area cakupan internet, peningkatan bandwidth internet, penggunaan teknologi internet dan komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien, perkembangan ponsel pintar, munculnya berbagai macam media sosial dan *ecommerce*, serta semakin banyaknya masyarakat yang paham dan aktif menggunakan internet. Saat ini peranan teknologi informasi berpengaruh dalam dunia ekonomi khususnya dalam hal penjualan *online* atau dikenal *ecommerce*. Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah sekelompok orang tua komite salah satu sekolah dasar swasta di Bekasi. Latar belakang dari pihak mitra memiliki sampingan usaha yang dilakukan secara mandiri dengan berbagai jenis bidang usaha seperti diantaranya makanan, pakaian, jasa laundry, kesehatan dan lain sebagainya. Dalam pelaksanaannya jenis usaha yang dilakukan cenderung masih pasif dengan menunggu pesanan dari konsumen dan kurangnya pemanfaatan media sosial maupun *ecommerce* di era digital saat ini. Solusi yang diusulkan dengan melakukan suatu kegiatan pelatihan optimalisasi penggunaan perangkat *smartphone* dengan memanfaatkan media sosial dan *ecommerce* yang ada sebagai media pemasaran dalam mendukung peluang usaha di masa pandemic Covid 19. Kegiatan ini bertujuan untuk merubah pola pelaku usaha dari model pemasaran tradisional ke model pemasaran modern dengan memanfaatkan digital teknologi informasi. Dengan memanfaatkan digital teknologi informasi tersebut diharapkan kegiatan usaha yang dilakukan mampu meningkatkan margin keuntungan, pangsa pasar yang semakin meluas, volume penjualan meningkat dan biaya pemasaran yang dapat diminimalkan. Hasil penilaian yang diperoleh menunjukkan bahwa dari sisi kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan sebesar 4,4 dilanjutkan untuk manfaat dari kegiatan sebesar 4,5 dan untuk manfaat dari materi yang disampaikan sebesar 4,4. Sehingga kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,4 dari skala tertinggi 5.

Kata kunci : *Android, bisnis, covid 19, ecommerce, media sosial*

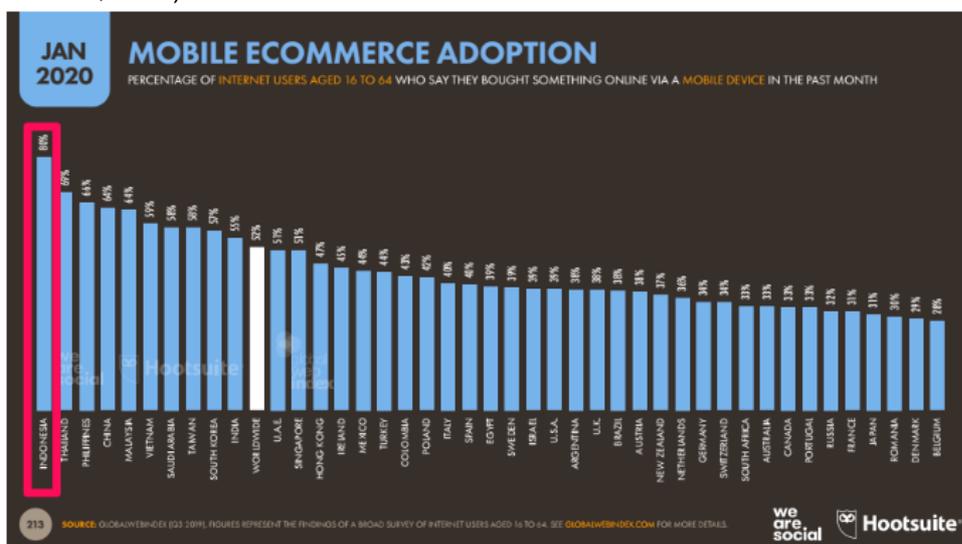
1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat pada saat ini diciptakan untuk membantu manusia dalam meringankan beban aktivitas sehari-hari serta membantu dalam memberikan informasi yang cepat, tepat dan akurat. Khususnya perkembangan teknologi informasi di Indonesia meningkat pesat dari hari ke hari. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor mulai dari perluasan area cakupan internet, peningkatan bandwidth internet, penggunaan teknologi internet dan komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien, perkembangan ponsel pintar, munculnya berbagai macam media sosial dan *ecommerce*, serta semakin banyaknya masyarakat yang paham dan

aktif menggunakan internet (Lipsus, 2019). Sebagai negara yang terletak di wilayah Asia Pasifik, Indonesia menjadi bagian dari 4,3 milyar total penduduk di wilayah ini. Separuh lebih dari populasi tersebut, sekitar 56% atau 2,42 milyar di antaranya sudah mendapatkan akses internet. Dan tepat separuhnya, yakni sekitar 2,14 milyar penduduk telah menggunakan sosial media (Ramadhan, 2020).

Saat ini peranan teknologi informasi berpengaruh dalam dunia ekonomi khususnya dalam hal penjualan. Dengan banyaknya pengguna internet maka memungkinkan peluang usaha yang semakin besar. Hal ini dikarenakan dengan adanya internet maka penjual dapat melakukan komunikasi dengan konsumen dimana saja dan kapan saja cukup dengan memanfaatkan perangkat *mobile* dan internet yang dimiliki. Media sosial merupakan perpaduan sosiologi dan teknologi yang memberikan kesempatan orang untuk saling terhubung secara *online* baik dalam hubungan personal maupun bisnis. Media sosial memberikan peranan sebagai media penghubung informasi dan komunikasi antara penjual dengan pembeli, selain itu media sosial memiliki potensi untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merk suatu produk (Vernia, 2017). Proses jual beli yang dilakukan melalui internet dikenal dengan *ecommerce* atau *electronic commerce* (Khasanah & Rofiah, 2019). *Ecommerce* merupakan sebuah aktivitas pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi dengan menggunakan komputer melalui Internet (Ikma & Widawati, 2018).

Banyaknya pengguna media sosial menjadikan suatu fenomena tersendiri di era digital saat ini baik melalui perangkat *mobile*. Hal ini dibuktikan dengan adanya data yang menunjukkan bahwa 80% penggunaan internet melalui perangkat *mobile* digunakan untuk mengakses sosial media (Ramadhan, 2020). Begitu banyak toko *online* yang ada di Indonesia atau dikenal dengan *ecommerce*. Berdasarkan data digital 2020 menunjukkan 8 dari 10 pengguna internet membeli produk atau jasa secara online dengan menggunakan perangkat *mobile*. Berdasarkan data menunjukkan bahwa 93% pengguna sudah mengetahui caranya bagaimana mencari informasi tentang suatu produk melalui internet kemudian melakukan kegiatan transaksi jual beli secara *online* (Ramadhan, 2020).



Sumber : Ramadhan, 2020

Gambar 1. Data pengguna perangkat *mobile* terhadap *ecommerce*

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah sekelompok orang tua komite salah satu sekolah dasar swasta di Bekasi. Latar belakang dari pihak mitra memiliki sampingan usaha yang dilakukan secara mandiri dengan berbagai jenis bidang usaha seperti diantaranya makanan, pakaian, jasa laundry, kesehatan dan lain sebagainya. Pemasaran yang saat ini dilakukan dengan cara menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut. Sedangkan konsumen yang melakukan pembelian belum terlalu banyak dikarenakan promosi yang kurang dikenal. Padahal dengan kemajuan teknologi saat ini dapat memanfaatkan peranan internet dan perangkat *mobile* yang dimiliki untuk mengembangkan usaha yang dimiliki secara *online* sehingga memungkinkan pencapaian pangsa pasar yang lebih luas. Terlebih dalam kondisi pandemic Covid 19 ini perlu adanya terobosan yang dapat meningkatkan peluang usaha yang dimiliki secara *online*.

Beberapa kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan pengoptimalan digital teknologi informasi dalam mengoptimalkan peluang bisnis dengan memanfaatkan perangkat *mobile*, *internet*, media sosial dan *ecommerce* sudah dilakukan sebelumnya seperti *ecommerce* yang dirancang dan diimplementasikan juga dilakukan pada program kemitraan masyarakat dengan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) batik di Jombang, *ecommerce* yang diusulkan bertujuan untuk memudahkan pihak UMKM dalam menjualkan produk batik Jombang ke seluruh kalangan dan dapat diketahui oleh masyarakat luas, solusi *ecommerce* yang diusulkan adalah dengan merancang *website* (Dewi et al., 2019). Penjualan secara *online* juga dijadikan solusi dengan membuat *website* dinamis dalam membantu mitra yang menjualkan pupuk organik dari olahan sampah daun kering (Khasanah & Rofiah, 2019). Pembuatan akun *ecommerce* yang dilakukan oleh mitra bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan transaksi jual beli minuman Sri Mawar anti *aging*, *ecommerce* yang dibuat oleh mitra antara lain Bukalapak, Shopee dan Tokopedia. Kegiatan tersebut dilakukan guna mengenalkan kepada mitra pemanfaatan *digital marketing* agar dapat mencetak masyarakat yang memiliki kemandirian dengan memanfaatkan teknologi (Widiawati et al., 2019). Media sosial dimanfaatkan untuk keperluan promosi produk pada salah satu pengusaha kecil (UKM) kota Lhokseumawe, media sosial yang digunakan adalah *whatsapp*, *line* dan *Instagram* dari hasil pelatihan menunjukkan 82% mitra telah menguasai konsep pemasaran, manajemen usaha dan promosi *online* (Husin et al., 2019).

2. ANALISIS SITUASI

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah sekelompok orang tua komite salah satu sekolah dasar swasta di Bekasi. Latar belakang dari pihak mitra memiliki sampingan usaha yang dilakukan secara mandiri dengan berbagai jenis bidang usaha seperti diantaranya makanan, pakaian, jasa laundry, kesehatan dan lain sebagainya. Bahkan dalam kondisi pandemic Covid 19 banyak memunculkan ide-ide usaha di kalangan mitra. Namun dalam pelaksanaannya jenis usaha yang dilakukan cenderung masih pasif dengan menunggu pesanan dari konsumen dan kurangnya pemanfaatan media sosial maupun *ecommerce* di era digital saat ini. Pemasaran yang saat ini dilakukan dengan cara menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut. Sedangkan konsumen yang melakukan pembelian belum terlalu banyak dikarenakan promosi yang kurang dikenal. Padahal dengan kemajuan teknologi saat ini dapat memanfaatkan peranan internet dan perangkat *mobile* yang dimiliki untuk mengembangkan usaha yang dimiliki secara *online* sehingga memungkinkan pencapaian pangsa pasar yang lebih luas.

Terlebih dalam kondisi pandemic Covid 19 ini perlu adanya terobosan yang dapat meningkatkan peluang usaha yang dimiliki secara *online*.

Solusi yang diusulkan dengan melakukan suatu kegiatan pelatihan optimalisasi penggunaan perangkat *smartphone* dengan memanfaatkan media sosial dan *ecommerce* yang ada sebagai media pemasaran dalam mendukung peluang usaha di masa pandemic Covid 19. Kegiatan ini bertujuan untuk merubah pola pelaku usaha dari model pemasaran tradisional ke model pemasaran modern dengan memanfaatkan digital teknologi informasi. Dengan memanfaatkan digital teknologi informasi tersebut diharapkan kegiatan usaha yang dilakukan mampu meningkatkan margin keuntungan, pangsa pasar yang semakin meluas, volume penjualan meningkat dan biaya pemasaran yang dapat diminimalkan (Husin et al., 2019).

3. METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat bekerjasama dengan pihak mitra dari orang tua komite dimulai dengan melakukan kegiatan penyuluhan, dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan dan terakhir adalah pendampingan.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2020)

Gambar 2. Alur pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan memaparkan tujuan dari diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan pihak mitra.

Kegiatan ini bertujuan agar nantinya pihak mitra dapat lebih mengoptimalkan penggunaan digital teknologi informasi dari perangkat *mobile* yang dimiliki untuk lebih mengoptimalkan kegiatan usaha yang dilakukan. Sehingga dengan memanfaatkan digital teknologi informasi tersebut diharapkan kegiatan usaha yang dilakukan mampu meningkatkan margin keuntungan, pangsa pasar yang semakin meluas, volume penjualan meningkat dan biaya pemasaran yang dapat diminimalkan.

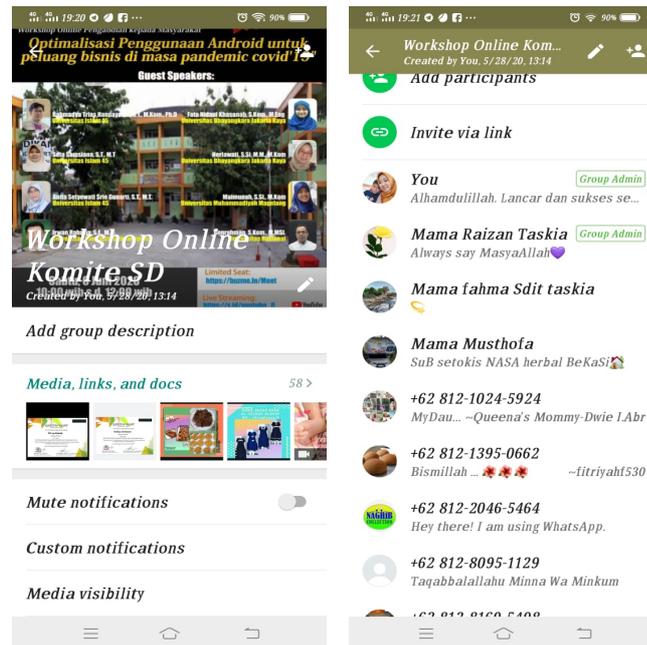
Kegiatan pelatihan dalam masa pandemic Covid 19 dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan *platform google meet* sehingga kegiatan pelatihan ini dilakukan di rumah saja baik dari sisi peserta dan instruktur pemberi materi. Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan dipaparkan beberapa materi yang kaitannya dengan mengoptimalkan penggunaan perangkat *smartphone* dalam mendukung peluang bisnis di masa pandemi Covid 19.

Kegiatan pendampingan dilakukan untuk mendampingi pihak mitra dalam menerapkan hasil dari materi pelatihan yang telah dipaparkan untuk menghasilkan sesuatu yang nantinya dapat membantu dalam mengoptimalkan usaha yang dimiliki.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

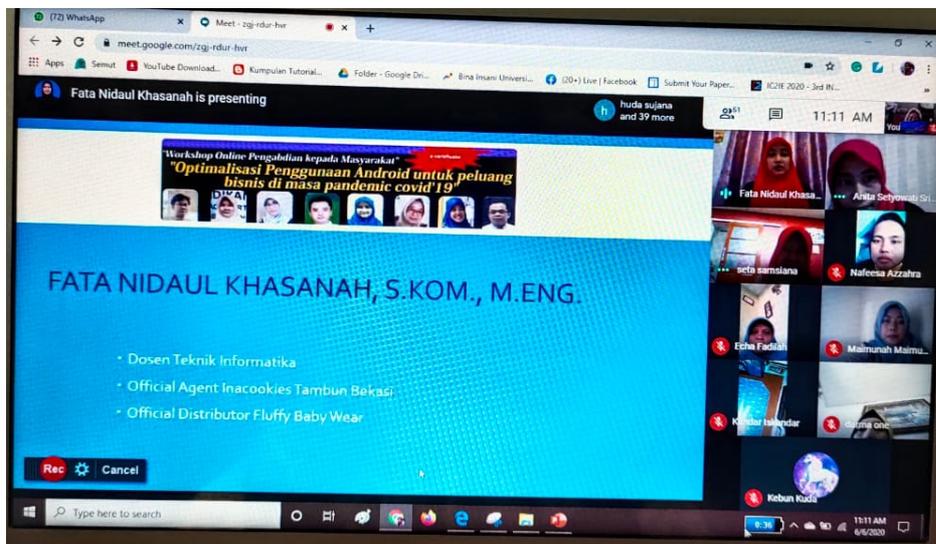
Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan memaparkan tujuan dari diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan pihak mitra. Kegiatan ini bertujuan agar nantinya pihak mitra dapat lebih mengoptimalkan penggunaan digital teknologi informasi dari perangkat *mobile* yang dimiliki untuk lebih mengoptimalkan kegiatan usaha yang dilakukan. Sehingga dengan memanfaatkan digital teknologi informasi tersebut diharapkan kegiatan usaha yang dilakukan mampu meningkatkan margin keuntungan, pangsa pasar yang semakin meluas, volume penjualan meningkat dan biaya pemasaran yang dapat diminimalkan. Dalam kegiatan penyuluhan di masa Pandemi Covid 19 ini dilakukan secara *online*, dimana kegiatan dilakukan dengan menghimpun pihak mitra dengan menggunakan *group whatsapp*. Dari *group* tersebut dipaparkan mengenai tujuan, alur dan segala hal yang akan dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Gambar 3 menunjukkan kegiatan penyuluhan yang dilakukan dengan pihak Mitra dengan membuat *group whatsapp* sebagai wadah untuk melakukan sosialisasi pelaksanaan pelatihan.

Kegiatan pelatihan dalam masa pandemic Covid 19 dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan *platform google meet* sehingga kegiatan pelatihan ini dilakukan di rumah saja baik dari sisi peserta dan instruktur pemberi materi. Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan dipaparkan beberapa materi yang kaitannya dengan mengoptimalkan penggunaan perangkat *smartphone* dalam mendukung peluang bisnis di masa pandemi Covid 19. Beberapa materi yang dipaparkan diantaranya 1) Fungsi HP *Android* secara umum, 2) Media sosial sebagai media promosi, 3) Aplikasi *Selly keyboard* ajaib *online shop seller*, 4) Pemanfaatan *Ecommerce Shopee* sebagai media untuk memulai berbisnis bagi ibu rumah tangga, 5) Mudah menggunakan *Canva* dan 6) Cara mudah membuat *website*. Setiap instruktur menyampaikan materi dan membagikan *slide* materi agar seluruh peserta dapat menyimak materi pelatihan yang disampaikan.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2020)

Gambar 3. Penyuluhan sosialisasi kegiatan



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2020)

Gambar 4. Kegiatan pelatihan

Materi pertama memaparkan mengenai perkembangan dari berbagai jenis perangkat *mobile* dan *brand* yang banyak digunakan dari tahun ke tahun. Selain itu juga dipaparkan mengenai manfaat kelebihan dan kekurangan dari penggunaan perangkat *mobile*.

Materi kedua memaparkan mengenai aplikasi media sosial *facebook* yang dapat dijadikan sebagai media untuk memasarkan produk usaha menjadi lebih luas, karena dengan memanfaatkan media *online* produk yang dijual dapat diakses oleh pengguna

lain lebih jauh jangkauannya, dan memudahkan penjual dan pembeli untuk dapat berkomunikasi dan berbagi informasi mengenai produk yang dipasarkan.

Materi ketiga memaparkan mengenai aplikasi *Selly*. Aplikasi *Selly* merupakan aplikasi *keyboard* yang cocok digunakan oleh pengguna yang memiliki usaha bisnis secara *online*. Dengan penggunaan aplikasi tersebut pengguna yang memiliki usaha *online* dapat dengan mudah melakukan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan bisnis *online* tanpa harus berpindah ke aplikasi lain, sebagai contoh ketika pengguna akan mencari ongkos kirim untuk pengiriman barang pengguna bisa memanfaatkan aplikasi tersebut dan dapat mengirimkan informasi secara langsung kepada konsumen.

Materi keempat membahas mengenai pemanfaatan salah satu *ecommerce* yang banyak digunakan yaitu *Shopee*. Dalam pembahasannya menjelaskan bagaimana cara untuk memulai membuka toko sampai dengan mempromosikan produk yang dijual dengan menggunakan aplikasi *Shopee*. Materi kelima memaparkan mengenai aplikasi *Canva*. *Canva* merupakan salah satu aplikasi desain yang dapat digunakan untuk mendukung para pengusaha *online* ketika akan membuat *flyer* yang berkaitan dengan produk usahanya dengan memanfaatkan *template* desain yang difasilitasi oleh aplikasi tersebut sehingga pengguna cukup melakukan beberapa perubahan yang disesuaikan seperti nama toko, jenis produk, nama media sosial yang digunakan dan lainnya.

Materi keenam membahas mengenai bagaimana cara membuat *website* sederhana yang nantinya dapat dijadikan sebagai media *online* yang dapat membantu untuk memasarkan produk dengan menjangkau konsumen yang lebih luas. Melakukan kegiatan transaksi jual beli melalui *website* secara sederhana.



Sabtu, 6 Juni 2020, Pukul: 10.00 – 12.00 WIB

No	Nama	Institusi	Tema
1	Rahmadya Trias Handayanto, S.T., M.Kom., Ph.D	Universitas Islam 45	Fungsi HP Android Secara Umum.
2	Seta Samsiana, S.T., M.T	Universitas Islam 45	Media Sosial sbg media Promosi
3	Anita Setyowati Srie Gunarti, S.T., M.T.	Universitas Islam 45	Meminimalkan resiko bisnis online
4	Irwan Raharja, S.E., M.M	Universitas Bima Sarana Informatika	Manajemen Kepuasan pelanggan melalui media online
5	Fata Nidaul Khasanah, S.Kom., M.Eng	Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	Pemanfaatan Ecommerce (Shopee) Sebagai Media Untuk Memulai Berbisnis Bagi Ibu Rumah Tangga
6	Herlawati, S.Si. M.M., M.Kom	Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	Aplikasi Android Selly - keyboard Ajaib Online Shop Seller.
7	Maimunah, S.Si., M.Kom	Universitas Muhammadiyah Magelang	Aplikasi Canva: Graphic Design, Video, Invite & Logo Maker dan Aplikasi VlogU.
8	Benrahman, S.Kom., M.MSI	Universitas Nasional	Cara mudah membuat Website

Hormat Kami,
Ketua Komite SDIT Prestasi Cendikia

(Saepudin, S.Fd, M.Pd)

Sumber : Hasil Pelaksanaan (2020)

Gambar 5. Materi yang disampaikan pada kegiatan pelatihan

Setelah kegiatan pelatihan semua materi disampaikan dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan. Kegiatan pendampingan dilakukan untuk mendampingi pihak mitra dalam menerapkan hasil dari materi pelatihan yang telah dipaparkan untuk menghasilkan sesuatu yang nantinya dapat membantu dalam mengoptimalkan usaha yang dimiliki. Dalam pelaksanaannya peserta mengirimkan hasil implementasi yang telah dibuat sesuai dengan materi dipaparkan. Sebagian besar peserta antusias mengirimkan hasil desain yang berkaitan dengan usaha yang dimiliki. Gambar 5 menunjukkan hasil karya dari peserta yang dikirimkan.



Sumber : Hasil Kegiatan (2020)

Gambar 6. Hasil pendampingan peserta

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat bekerja sama dengan pihak mitra dari orang tua komite dari salah satu sekolah dasar swasta di Bekasi dimulai dari sosialisasi atau penyuluhan dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan diakhiri dengan kegiatan pendampingan terhadap peserta secara keseluruhan berjalan dengan baik. Evaluasi langsung terhadap kegiatan ini juga dilakukan oleh peserta dimana peserta diminta untuk menuliskan pendapat mereka mengenai kegiatan yang dilakukan khususnya dari materi yang disampaikan dari hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memberikan komentar bermanfaat, keren, bagus menarik dan lain sebagainya. Gambar 6 menunjukkan hasil evaluasi yang dipaparkan oleh peserta melalui menti.com.

Beranda / Pendidikan / Masyarakat Diminta Produktif Menggunakan HP Android

Pendidikan

Masyarakat Diminta Produktif Menggunakan HP Android

Abdimas Daring Dosen Unisma Bekasi

01/07/2020



WORKSHOP DARING: Anggota komite SDIT Prestasi Cendikia saat mengikuti kegiatan Abdimas secara daring yang dilaksanakan oleh Dosen Unisma Bekasi, belum lama ini. ISTIMEWA/RADAR BEKASI

Radarbekasi.id – Sejumlah dosen Universitas Islam 45 Bekasi menjalankan program pengabdian masyarakat (Abdimas) melalui online atau dalam jaringan (daring). Seperti apa?

Jika pada umumnya kegiatan Abdimas dengan cara turun langsung ke warga, namun kali ini berbeda. Ya, sejumlah dosen Unisma berkolaborasi dengan dosen dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Ubhara Jaya), Universitas Muhammadiyah Magelang (UMM), Universitas Nasional (Unas) serta Universitas Bina Sarana Informatika (BSI) melakukan Abdimas melalui daring. Kegiatan melalui workshop tersebut mengambil tema "Optimalisasi penggunaan Android untuk Peluang bisnis di masa Pandemi Covid-19".

"Karena kita harus jaga jarak, maka kegiatan Abdimas ini dilakukan secara daring," kata ketua tim Abdimas, Rahmadya Trias Handayanto.

Menurutnya, adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat virus Corona, mengharuskan masyarakat tinggal di rumah untuk memutus penyebaran virus. Namun, disisi lain masyarakat harus produktif untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Nah, perangkat HP Android yang telah dimiliki masyarakat belum dioptimalkan, sehingga perlu dilakukan edukasi akan penggunaannya. Senada dengan yang disampaikan oleh Turban, Lee, King, Chung (2000) dalam M Suyanto (2003), dengan adanya internet proses pemasaran dan penjualan di media sosial Android dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu.

"Apalagi di Kota Bekasi sebagai penopang Ibu Kota Jakarta, pelaku bisnis offline mau tidak mau harus paham bisnis online juga. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan menterdaskan masyarakat secara langsung yang terprogram pada kegiatan dosen," paparnya.

Kegiatan pengabdian workshop daring yang dilaksanakan pada pertengahan Juni kemarin, diikuti 53 ibu-ibu komite SDIT Prestasi Cendikia Tambun Utara. Para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan melalui google meet tersebut.

Sumber : <https://radarbekasi.id/2020/07/01/masyarakat-diminta-produktif-menggunakan-hp-android/>

Gambar 9. Berita Tentang Kegiatan Workshop Di Salah Satu Media Masa Nasional.

Untuk memacu kegiatan online pengabdian kepada masyarakat di masa pandemic, kami menginformasikan kegiatan ini di salah satu media masa nasional. Semoga bisa menginspirasi kegiatan-kegiatan yang serupa untuk membantu masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sekelompok komite orang tua wali murid dari salah satu sekolah dasar swasta di Bekasi. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pelatihan kepada para peserta untuk mengoptimalkan penggunaan

perangkat *smartphone* yang dimiliki dalam mendukung peluang bisnis di masa Pandemi Covid 19. Dalam pelaksanaannya seluruh kegiatan dilakukan secara *online* dimulai dari kegiatan sosialisasi atau penyuluhan dengan membuat *group whatsapp* antara panitia dengan peserta, dilanjutkan pelatihan dengan menyampaikan materi menggunakan *platform google meet* dan proses terakhir dengan melakukan pendampingan peserta. Dari kegiatan yang dilakukan sebagian peserta merasakan manfaat dan ketertarikan yang lebih terhadap materi yang disampaikan. Hasil penilaian yang diperoleh menunjukkan bahwa dari sisi kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan sebesar 4,4 dilanjutkan untuk manfaat dari kegiatan sebesar 4,5 dan untuk manfaat dari materi yang disampaikan sebesar 4,4. Sehingga kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,4 dari skala tertinggi 5.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada pihak Mitra yaitu Orang Tua Komite Sekolah SDS IT Prestasi Cendekia yang telah memberikan kesempatan dan meluangkan waktu dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan optimalisasi pemanfaatan *smartphone* untuk mewujudkan peluang bisnis di masa Pandemi Covid 19.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. S., Dewi, O. A. C., & Noviasri, R. (2019). *Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang*. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36–43. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2061>
- Husin, D., Wijaya, I., Dewi, N., & Hilmi. (2019). *Promosi Produk Menggunakan Media Sosial Online Pada Para Pedagang Kecil Di Kota Lhokseumawe*. *Jurnal Vokasi*, 3(1), 45–50.
- Ikmah, & Widawati, A. S. (2018). *Penerapan Ecommerce Untuk Pemasaran Pada Usaha Handycraft*. *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat, November*, 169–174.
- Khasanah, F. N., & Rofiah, S. (2019). *Metode User Centered Design dalam Merancang Tampilan Antarmuka Ecommerce Penjualan Pupuk Berbasis Website Menggunakan Aplikasi Balsamiq Mockups*. *Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 3(2), 14–23. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33366/jast.v3i2.1443>
- Lipsus. (2019). *Indonesia Digital 2019: Tinjauan Umum*. Websindo. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>
- Ramadhan, B. (2020). *Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020*. Teknoia. <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>
- Vernia, D. M. (2017). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk*. *Jurnal ISBN 978-602-50181-0-7*, 1(2), 197–206.
- Widiawati, A. M., Pratiwi, A. A., & Bimandra, G. (2019). *Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat*. *DINAMISA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147–157.