

PENDAMPINGAN USAHA KECIL DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN PROFIT DAN PRODUKTIVITAS USAHA

Diah Chaerani^{1*}, Tomy Perdana², Endang Rusyaman³, Nurul Gusriani⁴, Firdaniza⁵, Viona P
Balqis⁶, Athaya Zahrani Irmansyah⁷, Khoirunissa R A Muslihin⁸, Alif Muhamad Ghifari⁹

^{1,3,4,5,6,7,8,9}Departemen Matematika FMIPA Universitas Padjadjaran

²Departemen Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

*Korespondensi: d.chaerani@unpad.ac.id

ABSTRAK. Masalah utama yang diselesaikan dalam PPM Internal Unpad 2022 ini adalah bagaimana memberikan pendampingan pada usaha kecil yang ada di masyarakat untuk dapat membuka usaha secara online dan menggunakan internet atau *smartphone* melalui media social sebagai upaya peningkatan manajemen usaha pada unit usaha yang telah berjalan, khususnya pada masa pandemi Covid-19 ini. Dasar pemikiran merujuk pada kondisi bahwa media sosial telah berevolusi untuk menjadi alternatif cara berkomunikasi dan berbagi informasi serta ketertarikan. Indonesia merupakan negara keempat dengan jumlah pengguna internet terbesar. Pertumbuhan pesat dari sosial media beserta jaringannya terutama di negara-negara berkembang membuka lahan baru untuk adanya kontak antara produsen dan konsumen. Kontak antara produsen dan konsumen inilah yang biasanya dikenal dengan kegiatan berbelanja secara online. Keterkaitan antara penggunaan sosial media dengan kegiatan *online shopping* sangat erat. Untuk menganalisis data media sosial diperlukan pengetahuan yang dalam mengenai teknologi Internet, media sosial, basis data, struktur data, teori informasi, penambangan data, pembelajaran mesin, sampai kepada teknik visualisasi data dan informasi. Analisis media sosial bertujuan untuk pengembangan dan evaluasi informasi serta mengumpulkan, mengevaluasi, menganalisis, menyimpulkan, dan memvisualisasikan data dari media sosial. Analisis media sosial adalah proses untuk melihat, analisis, mengukur, dan prediksi interaksi digital, relasi, topik, ide-ide atau konten pada media sosial. Selanjutnya dalam rangka mendukung perkembangan perekonomian bangsa, diharapkan pendampingan ini dapat membantu para pelaku usaha kecil dalam bersosial media dalam hal peningkatan profit dan produktivas usaha. Lokasi PPM dipilih Desa Jatimukti yang terletak sekitar 5 KM dari Kampus Unpad Jatiningor.

Kata kunci: Pendampingan usaha Kecil, Media Sosial, peningkatan profit.

ABSTRACT. The main problem to be solved in the 2022 Unpad Internal PPM activity is how to provide assistance to small businesses in the community to be able to open businesses online and use the Internet (Social Media) as an effort to improve business management in business units that are already running, especially during this Covid-19 pandemic. The rationale refers to the condition that social media has evolved to become an alternative way of communicating and sharing information and interests. Indonesia is the fourth country with the largest number of internet users. The rapid growth of social media and its networks, especially in developing countries, opens new ground for contact between producers and consumers. This contact between producers and consumers is usually known as online shopping. The link between the use of social media and online shopping activities is very close. Analyzing social media data requires in-depth knowledge of Internet technology, social media, databases, data structures, information theory, data mining, machine learning, to data and information visualization techniques. Social media analysis aims to develop and evaluate information as well as collect, evaluate, analyze, infer, and visualize data from social media. Social media analysis as a process for viewing, analyzing, measuring, and predicting digital interactions, relationships, topics, ideas or content on social. Furthermore, in order to support the development of the nation's economy, it is hoped that this assistance can assist small business actors in social media in terms of increasing profits and business productivity. The PPM location was chosen in Jatimukti Village, which is located about 5 KM from the Unpad Jatiningor Campus.

Keywords: Small business assistance, Social Media, increase in profit.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Perkembangan jaringan internet terus meningkat dipengaruhi oleh berkembangnya teknologi yang pesat dan semakin bertambahnya penggunaan *smartphone*, tablet, dan perangkat lainnya yang bisa terhubung dengan layanan internet.

Seiring dengan majunya teknologi, kebutuhan manusia untuk memanfaatkan teknologi pun juga meningkat. Semua orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan hanya dalam waktu singkat. Pernyataan ini didukung dengan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) (<https://apjii.or.id>) pada tahun 2016 dimana lebih dari setengah penduduk Indonesia yang terhubung ke internet. Hasil survei menemukan bahwa terdapat 132,7 juta orang Indonesia yang telah terhubung ke internet. Selain itu pada laporan data Tetra Pak Index tahun 2017 yang dipublikasikan oleh portal berita *online* detik.com pada tanggal 27 September 2017 menyatakan bahwa terdapat sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia dimana sekitar 40% diantaranya adalah pengguna media sosial. Angka ini kian meningkat seiring berjalannya waktu.

Pemasaran *online* berkaitan dengan mempromosikan bisnis kita secara daring atau online dengan menggunakan berbagai macam saluran atau jalur. Pemasaran *online* dapat dilakukan dengan bantuan media sosial. Di Indonesia, terdapat 145,7 juta pengguna internet dan 160,0 juta pengguna media sosial. Selain itu rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia adalah 3 jam 6 menit dan juga media sosial dapat digunakan secara gratis sehingga menghemat biaya.

Terkait dengan kondisi saat ini yaitu Covid-19 pandemi penggunaan media sosial WhatsApp dan Instagram meningkat hingga 40%. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi. Dengan kondisi tersebut, keterbatasan akses pemasaran bisnis secara langsung, diperlukan suatu wadah yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mendukung pemasaran bisnis. Mckinsey melakukan

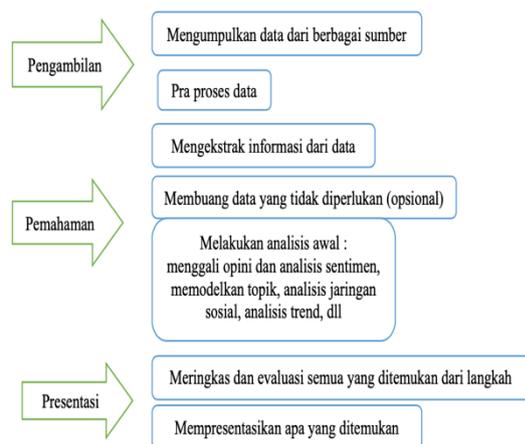
penelitian terhadap pengecer/toko/situs web, 20% meneliti secara proaktif, 34% mendengar dari teman/keluarga, 16% seseorang membicarakannya di media sosial, 23% iklan *online*, dan 7% iklan di TV/cetak/radio. Berdasarkan hasil penelitian terdapat aspek media sosial dan iklan *online*, sehingga memberikan gambaran jika pemasaran bisnis dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial dan iklan *online*.

Untuk menganalisis data media sosial diperlukan pengetahuan yang dalam mengenai teknologi Internet, media sosial, basis data, struktur data, teori informasi, penambangan data, pembelajaran mesin, sampai kepada teknik visualisasi data dan informasi.

Analisis media sosial bertujuan untuk pengembangan dan evaluasi informasi serta mengumpulkan, mengevaluasi, menganalisis, menyimpulkan, dan memvisualisasikan data dari media sosial. Analisis media sosial adalah proses untuk melihat, analisis, mengukur, dan prediksi interaksi digital, relasi, topik, ide-ide atau konten pada media sosial (Chen dkk, 2018).

Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk analisis media sosial terbagi menjadi tiga langkah. Untuk menganalisis data media sosial diperlukan pengetahuan yang dalam mengenai teknologi Internet, media sosial, basis data, struktur data, teori informasi, penambangan data, pembelajaran mesin, sampai kepada teknik visualisasi data dan informasi.

Analisis media sosial bertujuan untuk pengembangan dan evaluasi informasi serta mengumpulkan, mengevaluasi, menganalisis, menyimpulkan, dan memvisualisasikan data dari media sosial. Gartner Research mendefinisikan analisis media sosial adalah proses untuk melihat, analisis, mengukur, dan prediksi interaksi digital, relasi, topik, ide-ide atau konten pada media sosial (*Gartner Research, Social analytics*). Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk analisis media sosial terbagi menjadi tiga langkah.



Gambar 1. Analisis Media Sosial

Hal ini diselesaikan dengan proses pendataan dan pemetaan para pelaku bisnis *online* sehingga target data luaran yang diharapkan berupa info grafis untuk beberapa desa yang didata, utamanya mengenai sebaran dan pemetaan penduduk yang telah melakukan bisnis secara *online*. Dalam artikel ini dikaji bagaimana pendampingan usaha kecil dalam proses bisnis *online* ini dapat meningkatkan pendapatan penduduk, sehingga berpengaruh pula pada kondisi perekonomian secara umum.

Salah satu hasil riset dalam (Chung, J.B., 2017.) dan (Chaerani dkk, 2021), Model Optimisasi untuk Masalah Internet Shopping *Online* dengan mempertimbangkan *circular demand* dan ketidakpastian waktu pengiriman barang. Dalam kegiatan PPM ini, dilakukan pengenalan model optimisasi ini dalam bentuk pendampingan usaha kecil dalam perencanaan dan pencatatan penjualan (lihat Chaerani dkk 2020) . Tata laksana pendataan dan pemetaan ini dilakukan dengan menggunakan Metode Statistika serta data yang diperoleh akan dimodelkan dengan Model Optimisasi serta dianalisa dengan menggunakan metode Analisis Sosial Media (lihat Chaerani dkk 2022). Tujuan utama pembahasan dalam makalah ini diharapkan dapat diperoleh pemetaan data pelaku bisnis online khususnya di pada daerah khalayak sasaran yaitu Desa Jatimukti Kecamatan Jatiningor Kabupaten Sumedang.

METODE

A. Kerangka Pemecahan Masalah

Dalam kegiatan PPM ini ditargetkan terjadi perubahan pola usaha dari usaha kecil secara konvensional berupa kepemilikan toko menjadi usaha kecil berbasis IT dengan memanfaatkan sarana internet dalam penjualan.

Selain itu diharapkan para pelaku usaha kecil di desa yang sedang berkembang ini dapat melebarkan sayap usaha menjadi memiliki pasar yang lebih luas dengan pemanfaatan internet. Diharapkan diperolehnya *Outcome* berikut ini dengan dilaksanakannya kegiatan PPM ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pelaku bisnis online dalam hal:

1. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam penguasaan ilmu dan teknologi berbasis *website*, khususnya penggunaan media social sebagai sarana promosi dan penjualan komoditas usaha.
2. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam penguasaan penyusunan Database Unit usaha yang menggunakan ipteks dalam upaya peningkatan pendapatan.
3. Peningkatan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan melalui Pengetahuan, teknologi dan seni baru.
4. Pemetaan unit usaha dan peningkatan pemahaman dalam perencanaan kegiatan perdagangan secara *online*, serta memperkenalkan model optimisasi dan analisis media sosial secara sederhana.

B. Realisasi Pemecahan Masalah

Kegiatan PPM ini dilaksanakan dalam bentuk PPM dimana rincian kegiatannya berupa:

1. Pengambilan Data melalui pengisian kuisioner dan wawancara langsung.
2. *Focus Group Discussion* dan *workshop* pembuatan akun media social untuk unit usaha yang melaksanakan bisnis yang memanfaatkan IPTEKS dalam hal ini media social. Termasuk penyuluhan dan sosialisasi pentingnya ipteks bagi pelaku bisnis, khususnya penyuluhan untuk peralihan dari bisnis konvensional ke bisnis *online*.
3. Kaji dan tindak, evaluasi hasil dalam kurun waktu 3-5 bulan. Hasil pelaksanaan kegiatan dimonitor dan dievaluasi kemudian dilaporkan dalam bentuk laporan akhir PPM.
4. Hasil pemodelan, perhitungan, skala respon masyarakat dan rencana implementasi

lebih besar ke depan, dituangkan dalam artikel ilmiah.

C. Khalayak Sasaran

Para pelaku bisnis *online* yang berada di Desa Jatimukti Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang yang terletak sekitar 5 kilometer dari Kampus Universitas Padjadjaran. Pada tahun 2013 Desa Jatimukti memiliki luas wilayah sebesar 180 hektar. Luas wilayah tersebut terbagi ke dalam beberapa tata guna lahan seperti sebagai lahan pertanian, lahan pemukiman dan penggunaan lainnya. Luas wilayah Desa Jatimukti yang dipergunakan sebagai lahan pertanian sebesar 87 persen atau sebanding dengan luasan 156,6 hektar. Lahan pertaniannya terbagi ke dalam dua jenis yaitu lahan pesawahan dan lahan bukan pesawahan. Untuk lahan pesawahannya memiliki porsi sebesar 35 persen dari luas total atau sebesar 63 hektar (<http://jatimukti-jatinangor.web.id/profil-des/>)

Terkait dengan pendampingan usaha kecil berbasis media sosial, analisis kondisi khalayak adalah sebagai berikut:

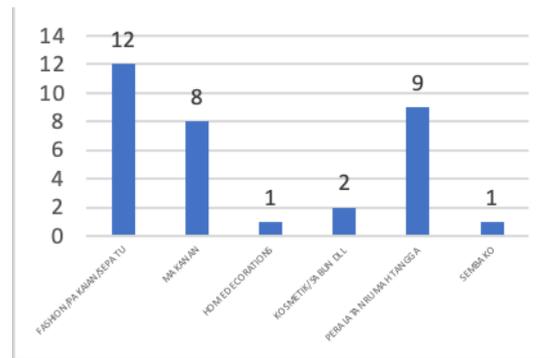
1. Kurangnya modal usaha bagi pedagang kecil, mengakibatkan banyak masyarakat yang mulai berusaha khususnya yang berbasis *online*.
2. Para warga memiliki pendapatan rendah, mengakibatkan para warga belajar perlu bantuan sarana/prasarana dalam upaya meningkatkan pendapatan dengan menggunakan media social.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka pemecahan masalah dan realisasi pemecahan masalah dibahas pada sub bab ini. Disajikan hasil pengumpulan data, laporan pelaksanaan *focus group discussion*, serta hasil kaji tindak yang telah dilakukan di Desa Jatimukti Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang.

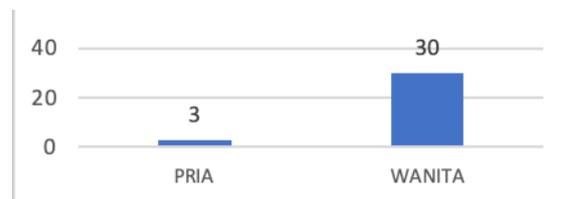
A. HASIL PENGUMPULAN DATA

Wawancara langsung dengan masyarakat pelaku bisnis *online* di Desa Jatimukti yang berjumlah 33 orang telah dilakukan. Hasil pengumpulan data dapat dilihat pada grafik berikut ini.



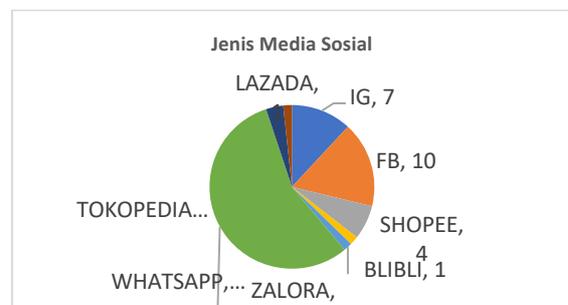
Gambar 2. Grafik Pelaku Bisnis *Online* di Desa Jatimukti berdasarkan Bidang Usaha

Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa di Desa Jatimukti, dominansi bidang bisnis adalah pada bidang *Fashion*.



Gambar 3. Grafik Pelaku Bisnis *Online* di Desa Jatimukti berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk penggunaan media sosial, pilihan utama dengan menggunakan whatsapp, facebook, Instagram.



Gambar 4. Piechart Pelaku Bisnis *Online* di Desa Jatimukti berdasarkan Jenis Media Sosial

B. FOCUS GROUP DISCUSSION

Kegiatan utama untuk mencapai target realisasi penyelesaian masalah dilakukan dengan *Focus Group Discussion* dan workshop pembuatan akun media social untuk unit usaha yang melaksanakan bisnis yang memanfaatkan IPTEKS dalam hal ini media social.

Gambar 5. Flyer kegiatan FGD

Kegiatan ini juga meliputi kegiatan penyuluhan dan sosialisasi pentingnya ipteks bagi pelaku bisnis, khususnya penyuluhan untuk peralihan dari bisnis konvensional ke bisnis *online*.

Dalam kegiatan FGD ini diberikan penyuluhan mengenai 2 topik utama yaitu: Media Sosial sebagai Alat Marketing (Media Sosial) dan Tips Pembuatan Akun Media Sosial

Gambar 6. Materi FGD

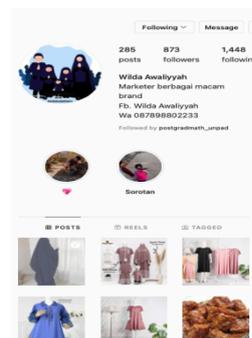
C. HASIL KAJI TINDAK

Hasil kaji tindak dalam kegiatan ini dilakukan dengan wawancara ulang dengan para pelaku bisnis *online*, untuk melihat kemajuan pembuatan dan penggunaan media sosial dalam aktivitas bisnis mereka.

Hasil kaji tindak disajikan dalam dokumentasi berikut berupa salah satu contoh akun Instagram pebisnis online Desa Jatimukti yang telah dilengkapi dengan fitur yang disampaikan dalam materi pelatihan dan FGD. Berikut ini dokumentasi dari kegiatan dapat dilihat pada Gambar 7 dan Gambar 8.



Gambar 7. Dokumentasi FGD



Gambar 8. Hasil Kaji Tindak

D. PROGRESS KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Berikut ini dapat dilihat progress kegiatan PPM dalam Table 1 yang menunjukkan ceklist yang memuat indikator capaian.

Tabel 1. Ceklis Indikator Capaian PPM

No	Solusi	Baseline sebelum kegiatan	Outcome yang diharapkan	Indikator Capaian	Hasil
1	Pengetahuan mengenai media social seperti Facebook, Instagram sebagai sarana promosi dan wadah komunikasi penjualan	Mengetahui peran mengenai media social seperti Facebook, Instagram sebagai sarana promosi dan wadah komunikasi penjualan	Para pelaku bisnis unit usaha ada yang aktif menggunakan media social dalam upaya peningkatan pendapatannya	Para pelaku bisnis unit usaha mampu menggunakan secara aktif media social dalam upaya peningkatan pendapatannya	Tercapai
2	Database dan pemetaan unit usaha dengan media sosial	Tidak ada database dan pemetaan unit usaha dengan media sosial	Penyusunan Database dan pemetaan unit usaha dengan media sosial	Terdapat database dan pemetaan unit usaha dengan media sosial	Tercapai

SIMPULAN

Kegiatan Pendampingan Usaha Kecil dalam Penggunaan Sosial Media untuk Peningkatan Profit dan Produktivitas Usaha telah dilaksanakan. Dari kegiatan yang dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa para pelaku bisnis online memerlukan pengarahan dan pendampingan dalam penggunaan media sosial untuk menunjang dan meningkatkan profit. Dalam kegiatan PPM ini terjadi perubahan pola usaha dari usaha kecil secara konvensional berupa kepemilikan toko menjadi usaha kecil berbasis IT dengan memanfaatkan sarana internet dalam penjualan. Selain itu diharapkan para pelaku usaha kecil di desa yang sedang berkembang ini dapat melebarkan sayap usaha menjadi memiliki pasar yang lebih luas dengan pemanfaatan internet.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) ini terselektir dengan dukungan dana PPM Hibah Riset Universitas Padjadjaran Tahun 2022 dengan nomor kontrak pekerjaan Nomor Kontrak: 2202/UN6.3.1/PM.00/2022

DAFTAR PUSTAKA

Chen, Pai-Lin & Cheng, Yuchung & Chen, Kung. (2018). *Analysis of Social Media Data: An Introduction to the Characteristics and Chronological*

Process. 10.1007/978-3-319-95465-3_16.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia <https://apjii.or.id>

Diah Chaerani, Nurul Gusriani, Tomy Perdana, Endang Rusyaman, Sunarta Susanto, 2022, Pendampingan Perencanaan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) pada Masa Pandemi Covid-19 dengan Model Optimisasi Internet Shopping Online Melalui Kegiatan KKN dan Lokakarya Daring, Dharmakarya, Vol 11(2), Juni 2022.

Diah Chaerani, Rahmah Arie Agustini, and Endang Rusyaman, "Adjustable Robust Maximum Flow Problem with Parametric Ellipsoidal and Polyhedral Uncertainty Set, IAENG International Journal of Applied Mathematics, vol. 51, no. 1, pp82-91, 2021.

Chung, J.B., 2017. Internet shopping optimization problem with delivery constraints. *The Journal of Distribution Science*, 15(2), pp.15-20.

Chaerani, D., Rusyaman, E., Mahrudinda, Marcia, A. and Fridayana, A., 2021, January. Adjustable robust counterpart optimization model for internet shopping online problem. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1722, No. 1, p. 012074). IOP Publishing.

Diah Chaerani, Melda Noereast Talytha, Tomy Perdana, Endang Rusyaman, Nurul Gusriani Pemetaan Usaha Mikro Kecil

Menengah (UMKM) pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Pendapatan, Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat ISSN 1410 – 5675, Vol. 9, No. 4, Desember 2020: 275 – 282

<https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>

T. Perdana, D.Chaerani, A.L.H. Achmad, F.R, Hermiatin, *Scenarios for Handling the Impact of Pandemic Covid-19 based on Food Supply Network through Regional Food Hubs under Uncertainty* Heliyon 6(10) p.e05128. published 30 Sept 2020.

Desa Jatimukti, [http://jatimukti-jatinangor.web.id/profil-desa/](http://jatimukti-jatinangor.web.id/profil-des/)