

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERCE SEBAGAI PELUANG USAHA MANDIRI BAGI KADER DESA KELURAHAN DADIMULYO

Masitah Handayani^{1*}, William Ramdhan¹, Dewi Maharani²

¹Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

²Manajemen Informatika, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

*email: *bungafairuz8212@gmail.com*

Abstract: Nowadays, the use of social media and e-commerce has a significant influence on people's lives and is supported by the rapid development of information technology. The existence of social media and e-commerce provides benefits to society, one example is in the field of independent business. This service activity is carried out in the form of socialization or delivering short material followed by a discussion where this activity aims to provide insight into the proper use of social media and e-commerce so that it can provide benefits to its users. Participants in this activity were village cadres in Dadimulyo Village. The result of this service activity is in the form of understanding material for activity participants who can later implement social media and e-commerce in creating independent business opportunities.

Keywords: Social Media; E-Commerce; Cadre

Abstrak: Pada zaman sekarang, pemanfaatan media sosial dan e-commerce memiliki pengaruh yang signifikan dalam kehidupan masyarakat dan didukung dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat. Adanya media sosial dan e-commerce memberi manfaat bagi masyarakat salah satu contohnya adalah dalam bidang usaha mandiri. Adapun kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi atau penyampaian materi singkat yang dilanjutkan dengan diskusi dimana kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan mengenai pemanfaatan media sosial dan e-commerce dengan tepat sehingga mampu memberikan manfaat bagi para penggunanya. Peserta pada kegiatan ini adalah para kader desa yang ada di Kelurahan Dadimulyo. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah berupa pemahaman materi bagi para peserta kegiatan yang nantinya dapat mengimplementasikan media sosial dan e-commerce dalam menciptakan peluang usaha mandiri.

Kata Kunci: Media Sosial; E-Commerce; Kader

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan diikuti dengan perkembangan teknologi informasi maka membawa pengaruh yang besar terhadap kehidupan masyarakat.

Salah satunya adalah pemanfaatan media sosial. Keberadaan media sosial seakan menjadi kebutuhan pokok bagi semua orang, seperti *facebook*, *twitter*, *telegram*, *instagram*, *whatsapp* dan lain-lain. Media sosial memiliki manfaat dalam kehidupan, diantaranya

memudahkan dalam berinteraksi, sebagai media penghibur, media informasi, serta tempat untuk menggali kreatifitas dan mengekspresikan diri. (Syafwan et al., 2021)

Selain itu, salah satu gaya hidup baru yang lahir seiring perkembangan zaman adalah belanja melalui internet atau sering disebut *E-commerce*, yang dalam bahasa Indonesia diartikan dengan nama belanja *online*. *E-commerce* merupakan proses transaksi jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi.

Penggunaan *E-commerce* merupakan sebuah keharusan dalam dunia usaha, mengingat masalah yang semakin kompleks, kompetitor yang semakin menjamur dan tuntutan untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global yang mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif (Fakultas et al., n.d.). Salah satu bentuk tindakan kreatif memanfaatkan media sosial dan *E-commerce* adalah membuat peluang usaha sendiri.

Kader Keluarga Berkualitas yang selanjutnya disebut Kader adalah tenaga sukarela yang dipilih oleh dan dari masyarakat untuk membantu menyelenggarakan program kependudukan dan Keluarga Berencana di masyarakat. Kader setempat di bawah pembinaan penyuluh KB dan/atau petugas lapangan KB melakukan pendataan keluarga. Pendataan dimaksud wajib dilaksanakan pemerintah daerah kabupaten/kota secara serentak setiap lima tahun untuk mendapatkan data keluarga yang akurat, *valid*, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan melalui proses pengumpulan, pengolahan, penyajian, penyimpanan, serta pemanfaatan data dan informasi kependudukan dan keluarga.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, dosen-dosen STMIK Royal Ki-saran dalam bentuk kegiatan Pengabdian

Kepada masyarakat (PKM) kepada para Kader Desa Sidomulyo yang bertujuan untuk mengedukasi para kader dalam memanfaatkan penggunaan media sosial dan *E-commerce* sebagai peluang usaha mandiri mereka untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi atau penyampaian materi singkat melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) Tahap Persiapan, Menghubungi dan menelusuri instansi yaitu Lurah Dadimulyo dalam merencanakan pelaksanaan kegiatan abdimas. Kemudian mendiskusikan tema dari kegiatan tersebut. Observasi dalam bentuk survei lokasi awal, mengadakan pertemuan langsung dengan pihak pimpinan dan menelusuri seberapa penting materi yang akan disampaikan berkaitan dengan peran media sosial dan *E-commerce* bagi para kader di Kelurahan Dadimulyo dan Mencari berbagai macam referensi yang relevan dan data-data pendukung lainnya untuk menyampaikan materi., (2) Sosialisasi Kegiatan, Pengabdian ini dilaksanakan berkelompok melalui tatap muka langsung dengan para peserta, menyampaikan materi, kemudian dilanjutkan dengan diskusi. Beberapa materi yang dijelaskan pada bagian sosialisasi ini, antara lain: (a) Pengenalan kampus STMIK Royal, pengenalan tim dosen pengabdian, dan pemahaman dasar mengenai media sosial dan *E-commerce*., (b) Definisi dari media sosial dan *E-commerce*., (c) Perkembangan dari media sosial dan *E-commerce*., (d) Manfaat media sosial dan *E-commerce* dalam menciptakan peluang usaha., (3) Contoh usaha yang memanfaatkan media sosial dan *E-commerce*., (4) Tahap evaluasi.

Tahapan ini dilakukan setelah proses penyampaian materi melalui diskusi dan tanya jawab dengan para peserta untuk mengukur tingkat pemahaman dari kegiatan tersebut.

PEMBAHASAN

Kemunculan teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan penggunaan media sosial di masyarakat. Media sosial merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial (Suryani, 2015).

Media sosial atau juga dikenal dengan sosial media adalah suatu media yang digunakan untuk berinteraksi dan bersosialisasi antara seseorang dengan orang lain yang dilakukan secara *online* sehingga orang tersebut bisa saling berinteraksi dan berkomunikasi secara luas. Dengan adanya media *social* dapat mengurangi batasan-batasan seseorang dalam bersosialisasi serta mampu menghapus jarak dan waktu (Fauzia, 2016).

Banyak alat komunikasi dan informasi yang digunakan dalam kegiatan dunia usaha seperti telepon, *fax*, *sms*, *email*, *website*, dan lain-lain (Alwendi, 2020). Salah satu fungsi dari pemanfaatan *E-commerce* ini adalah adanya efisiensi, baik secara materil (biaya) maupun secara non-materil (tenaga dan waktu) (Samsiana et al., 2020).



Gambar 1. Data Pengguna Perangkat Mobile Terhadap *E-Commerce*

Beberapa kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial dan *E-commerce* adalah dengan pengoptimalan digital teknologi informasi dalam mengoptimalkan peluang bisnis dengan memanfaatkan perangkat mobile, internet, media sosial dan *E-commerce*. Dengan adanya peluang usaha dan teknik pemasaran digital, diharapkan kader mendapatkan penghasilan tambahan dari usaha yang mereka dengan memanfaatkan teknologi.

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan tema pemanfaatan media sosial dan *E-commerce* dalam menciptakan peluang usaha bagi kader desa Sidomulyo telah didokumentasikan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Lokasi Abdimas



Gambar 3. Perkenalan dan Pemaparan Materi



Gambar 4. Pelatihan Kepada Kader



Gambar 5. Foto Bersama

SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kegiatan ini dilakukan dalam bentuk sosialisai dan pelatihan yang bertujuan memberikan tambahan wawasan bagi para kader Desa Sidomulyo dalam memanfaatkan media sosial dan E-commerce dengan tepat untuk membuat usaha yang dapat menghasilkan penghasilan tambahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Fakultas, J., Universitas, E., & Lamongan, I. (n.d.). *Metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 1280–1289.
- Fauzia, I. Y. (2016). Dalam Bisnis Di

Kalangan Wirausahawan Perempuan. *STIE Perbanas Press*, 237–256.

<https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.544>

Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>

Suryani, ita. (2015). Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)*, 8(April 2014), 123–138.

Syafwan, H., Putri, P., Handayani, M., Informatika, P. M., Kisaran, S. R., Utara, S., Sistem, P., Kisaran, S. R., & Utara, S. (2021). *Peranan Media Sosial dan Teknologi Informasi Dalam Memajukan Pembangunan Daerah*. 5(1), 29–34.