

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA RUMAHAN LAUNDRY IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN SEKIP JAYA PALEMBANG

Ery Hartati¹, Usnia Wati Keristin²

¹ Komputerisasi Akuntansi, STMIK GI MDP

² Akuntansi, STIE MDP

email: ery_hartati@mdp.ac.id, tityn@stie-mdp.ac.id

Abstract

The purpose of this activity is to provide partners with understanding, provisioning, and training in the aspects of production, marketing and business promotion, capital, and bookkeeping, so that their businesses can develop and provide better income. The target to be achieved is to address issues such as: low production capacity, quality and product durability. So that the objectives, targets, and outcomes in this program can be realized properly, the implementation mechanism consists of 4 stages, namely preparation and planning (socialization and programming), implementation, evaluation and monitoring, and reflection. All stages are carried out by participatory methods through observation, interview, FGD, and joint decision making techniques. Through these methods the services offered by Bandung Home Laundry services become more varied and innovative, thus attracting consumers. The results of a series of 4 stages are increasing the value of assets and income of Housewife Laundry Business, increasing the quantity and quality of Housewife Laundry services being marketed, increasing marketing of quality service products.

Keywords: *Social Media, Digital Marketing, Blogs, Facebook*

1. PENDAHULUAN

Penggunaan Media social saat ini sudah tumbuh dengan pesat dimana setiap orang hampir memiliki akun media social. Media social sudah menjadi ajang promosi dan bahkan dapat di manfaatkan untuk mendapatkan uang, sekarang media sosial berkembang luas dari porsinya. Bahkan media sosial yang saat ini menjadi favorit masyarakat untuk membantu usaha-usaha yang dilalukan oleh perusahaan -perusahaan dalam mempromosikan produk maupun jasa ini menunjukkan bahwa media sosial berkembang bukan hanya sebagai media antar personal. Media sosial adalah media untuk interaksi sosial, dengan menggunakan teknik komunikasi yang sangat mudah dan scalable. Media sosial adalah penggunaan teknologi berbasis web dan mobile untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Berdasarkan hasil survei APJI dan Polling Indonesia jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2018 bertambah 27,91 juta

(10,12%) menjadi 171,18 juta jiwa. Artinya penetrasi pengguna internet di tanah air meningkat menjadi 64,8% dari total penduduk yang mencapai 264,16 juta jiwa. Sementara berdasarkan spasial, Jawa masih menjadi wilayah pengguna internet terbesar di Indonesia, yakni mencapai 55% [1]. Adapun pengguna internet terbesar berikutnya adalah Sumatera (21%), Kalimantan (9%). Kemudian Sulawesi, Maluku dan Papua (10%) serta Bali dan Nusa Tenggara (5%) [2]. Melihat dari pertumbuhan untuk jumlah pengguna internet, hal ini juga mendorong para usaha untuk mempromosikan usaha mereka melalui media social yang berbasis online. Dan jika dilihat dari pengguna yang menggunakan facebook juga banyak hal ini dapat dilihat dari total pengguna media facebook yang ada menurut berita online yaitu sebesar KOMPAS.com - Jumlah pengguna media sosial di Indonesia semakin bertambah. Tahun ini, menurut riset dari perusahaan media We Are Social yang

bekerja sama dengan Hootsuite, menyebut ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah itu naik 20 juta pengguna dibanding hasil riset pada 2018. Masih sama seperti tahun lalu, Facebook menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak digemari di Indonesia, dengan penetrasi 81 persen, meski diterpa skandal keamanan setahun belakangan. Instagram yang juga dimiliki Facebook, menjadi media sosial terpopuler kedua di Indonesia, dengan penetrasi 80 persen. Khusus untuk media sosial, lima besar di Indonesia diduduki oleh Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, dan LinkedIn. Popularitas Facebook sebagai media sosial hanya bisa dikalahkan oleh platform streaming video YouTube dan aplikasi pesan instan yang dinaunginya, yakni WhatsApp. YouTube di Indonesia memiliki penetrasi 88 persen, sementara WhatsApp dengan penetrasi 83 persen. Baca juga: Jokowi Ternyata Benar-benar Baca Pesan dari Media Sosial Indonesia sendiri menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan pengguna sekaligus target audiens iklan Facebook terbesar di dunia, dengan jumlah 130 juta pengguna aktif bulanan [3]. Melihat data diatas bahwa tidak salah kalau para usaha melakukan promisi usaha mereka melalui media social yaitu facebook. Dengan harapan usaha yang dijalankan oleh ibu rumah tangga yaitu laundry rumahan dapat meningkatkan hasil dari usaha mereka dengan melakukan promosi melalui media social tersebut [4][5].

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Adapun masalah yang dihadapi oleh mitra yaitu pada ibu rumah tangga laundry rumahan adalah :

1. Kurang promosi secara merata sehingga banyak yang belum tahu adanya usaha laundry rumahan ibu rumah tangga ini, karena selama ini promosi hanya dilakukan secara mulut ke mulut,
2. Pelanggan hanya pasien rumah sakit RSMH saja karena info dan promosi hanya dilakukan di sekitar saja, tanpa adanya promosi yang menggunakan media social berbasis internet.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaannya adalah dengan pendekatan partisipatif (*participative approach*) dimana USaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga sasaran terlibat langsung baik dalam FGD (*focus group discussion*), wawancara, berkonsultasi, dan menentukan keputusan tindakan. Pelaksanaan kegiatan melalui 4 tahapan berikut :

1) Tahap Persiapan dan Perencanaan

Tim pelaksana melakukan persiapan dan perencanaan dalam bentuk :

- Sosialisasi Implementasi

Pada tahap ini tim pelaksana akan memaparkan maksud dan tujuan, metode dan teknis pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat, serta melakukan FGD untuk menyepakati prioritas masalah yang dihadapi dan alternatif solusinya.

- Penyusunan Program Kegiatan

Tim pelaksana melakukan FGD dengan USaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga untuk menentukan bentuk, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan. Program kegiatan meliputi penyuluhan,

2) Tahap Implementasi Kegiatan

Tim pelaksana akan memulai kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan USaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga. Kegiatan pelatihan menggunakan metode ceramah dan diskusi (tanya jawab) sedangkan penentuan keputusan lain berdasarkan hasil FGD dengan USaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga.

3) Tahap Evaluasi dan Monitoring

Kegiatan dimonitoring oleh tim sendiri dan melihat apa saja kendala dan masalah yang muncul di lapangan. Kemudian dilakukan evaluasi apabila memang muncul kendala dan masalah untuk selanjutnya dicarikan solusi agar kegiatan tetap berlangsung dengan baik sesuai yang diharapkan. Metode yang digunakan adalah FGD dengan USaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga.

4) Tahap Refleksi

Refleksi terhadap hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh umpan balik terhadap manfaat maupun dampak yang dirasakan Usaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga setelah dilakukan pelatihan dan pembinaan. Hal ini diperlukan sebagai masukan bagi pelaksanaan kegiatan serupa di masa datang. Metode yang digunakan adalah FGD dengan Usaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan dibuatkan promosi dengan social media yaitu facebook dapat meningkatkan omset pemasukan dari laundry usaha rumahan Ibu rumah tangga yang ada. Hal ini terbukti dengan hasil wawancara dan Refleksi terhadap hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh umpan balik terhadap manfaat maupun dampak yang dirasakan Usaha Laundry Rumahan Ibu Rumah Tangga setelah dilakukan pelatihan untuk promosi dengan menggunakan media social yaitu facebook.

Dari hasil yang didapat dari usaha promosi tersebut yaitu dengan bertambahnya pelanggan tidak hanya sekitar rumah sakit saja, tapi orang luar juga mengetahui bahwa ada usaha laundry tersebut, sehingga pelanggan bertambah dan tentu saja dengan bertambahnya pelanggan bertambah juga omset atau pendapatan yang dirasakan oleh mitra yaitu ibu rumah tangga sekup Palembang. Tidak hanya dari kawasan rumah sakit saja tapi dari pihak luar yang jauh yang tidak ada disekitar sana saja. Artinya kemajuan teknologi juga dapat memberikan dampak yang baik untuk perkembangan perekonomian Negara kita khususnya diwilayah sekitar sekup Palembang. Berikut bentuk kegiatan pelatihan yang telah dilakukan di usaha rumahan laundry leni.



Gambar 1. Pelatihan facebook

Bentuk pelatihan diatas adalah memberikan pelatihan media sosial yaitu pembuatan informasi mengenai fitur-fitur yang akan di up load untuk disebarakan ke oarang banyak sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan baik dan maju.



Gambar 2. Penjelasan fitur

Didalam pelatihan pembuatan media social facebook ini, dijelaskan start awal dari akun email jika belum ada dan cara daftar, masukan foto dan keterangan lainnya.



Gambar 3. Tampilan awal

Tampilan gambar diatas merupakan awal dari kita membuka web facebook. Dimana kita bisa mendaftar terlebih dahulu sebelum kita masuk ke tahap berikutnya untuk proses promosi secara digitalnya.



Gambar 4. Tampilan beranda laundry

Tampilan gambar diatas merupakan tampilan home. Menampilkan informasi yang baru berupa promo yang diberikan oleh laundry leni. Dan informasi lainnya. Dan berisi juga komentar dari pelanggan.



Gambar 5. Logo usaha laundry

Diatas merupakan tampilan logo usaha yang bertujuan untuk menambah brade nilai jual ke pelanggan karena dengan logo juga akan membuat tampilan packing lebih baik.

5. KESIMPULAN

Usaha yang dijalankan tidak boleh hanya mengandalkan share secara konvensional, karena di era sekarang ini kemajuan teknologi sangatlah cepat, dan dengan mudah dapat dirasakan. Dari kesimpulan yang didapat bahwa media sosial yaitu facebook merupakan tools media digital marketing yang baik, karena dapat membantu dalam proses promosi dengan tujuan untuk meningkatkan omset dari usaha laundry yang dijalankan oleh ibu rumah tangga yang berada dikawasan sekup Palembang. Selain dari omset juga dengan bertambahnya pelanggan dari luar juga.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa terima kasih kami sampaikan kepada Menristekdikti pada tahun 2018., yang telah memberikan biaya dalam melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat Simultan 2018.

7. REFERENSI

- [1] APJII. 2018 . Profil Penggunaan Internet Indonesia. (Edisi Pertama). Jakarta : APJII
- [2] <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>
- [3] <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia?page=all>.
- [4] Evans, Liana.2009. Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter & Other Social Media, Princeton: University Press
- [5] <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-media-sosial/>