

OPTIMALISASI PENGGUNAAN FACEBOOK DALAM PROMOSI PRODUK MACRAME HANDYCART BAGI IBU RUMAH TANGGA RT.01 KELURAHAN KEBONWARU KOTA BANDUNG

Sri Nurhayati¹, Hani Irmayanti², Riani Lubis³,

Prodi Sistem Komputer Unikom¹, Prodi Teknik Komputer², Prodi Teknik Informatika
Unikom³

e-mail : sri.nurhayati@email.unikom.ac.id¹

ABSTRACT

This community service activity aims to maximize the promotion of products produced by housewives using social media in this case is Facebook. In today's digital era, many promotional activities have switched to using the internet, one of which is the promotion of switching to using social media. Promotion using this social media platform is not only done by many business people, both personal and corporate, institutions or agencies also use it as a promotional medium. Housewife RT.01, Kebonwaru sub-district, Bandung City currently has activities that can increase her income, namely making handicrafts in the form of bags, wallets, and others. The marketing of the products produced by these women is still conventional, one of which is promoted at existing exhibitions or deposited in souvenir shops for sale. In order to develop and promote these products, it is necessary to expand marketing using information technology, one of the promotional media that is economical but still efficient is the social media Facebook. The implementation method for this activity is in the form of training using laptop, smartphone, and infocus tools. The material is delivered through lectures, direct practice, question and answer and discussion. The training material is the use of Facebook social media to support product promotion. The result of the implementation of this activity is that this activity has provided knowledge and abilities of housewives in Rt.01 Kebonwaru Village, Bandung City in utilizing social media Facebook as a promotional medium for the products produced. In addition, the training participants responded that the training carried out was good by 56%. There was no unfavorable or very unfavorable response from the participants to the training activities that had been provided.

Keywords: Social media, facebook, promotion

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk dapat memaksimalkan promosi produk yang dihasilkan oleh ibu rumah tangga menggunakan media social dalam hal ini adalah facebook. Di era digital sekarang ini banyak sekali kegiatan promosi yang beralih menggunakan internet, salah satunya adalah promosi beralih menggunakan media sosial. Promosi menggunakan platform media sosial ini selain banyak dilakukan oleh para pelaku bisnis, baik yang personal maupun perusahaan, lembaga-lembaga atau instansi-instansi juga banyak yang menggunakan sebagai media promosinya. Ibu rumah tangga RT.01 kelurahan Kebonwaru Kota Bandung saat ini mempunyai kegiatan yang dapat menambah penghasilannya yaitu membuat kerajinan tangan berupa tas, dompet, dan lainnya. Pemasaran produk yang dihasilkan oleh ibu – ibu tersebut masih konvensional salah satunya dipromosikan pada pameran – pameran yang ada atau dititipkan pada toko cinderamata untuk dijual. Dalam rangka mengembangkan dan mempromosikan produk yang dihasilkan ini perlunya memperluas pemasaran menggunakan teknologi informasi, salah satu media promosi yang ekonomis namun tetap efisien adalah dengan media sosial Facebook. Metode pelaksanaan untuk kegiatan ini

adalah berupa pelatihan dengan menggunakan alat bantu laptop, smartphone, dan infokus. Penyampain materi dilakukan dengan ceramah, praktek langsung, tanya jawab dan diskusi. Materi pelatihan yaitu penggunaan media social facebook untuk menunjang promosi produk. Hasil dari pelaksanaan kegiatan adalah dengan adanya kegiatan ini sudah memberikan pengetahuan dan kemampuan ibu rumah tangga di Rt.01 Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung dalam memanfaatkan media social facebook sebagai media promosi untuk produk yang dihasilkan. Selain itu peserta pelatihan memberikan respon bahwa pelatihan yang dilaksanakan sudah baik sebesar 56%. Tidak ada respon kurang baik atau sangat kurang baik dari peserta terhadap kegiatan pelatihan yang sudah diberikan.

Kata kunci: Media sosial, facebook, promosi

PENDAHULUAN

Di era informasi saat ini ditandai dengan kemudahan mengakses informasi, terutama internet, telah menjadi salah satu sarana media promosi. Metode pemasaran menjadi salah satu faktor yang menentukan tinggi rendahnya angka penjualan sebuah produk [1]. Pemasaran dengan menggunakan media internet, selain efektif juga dapat menekan biaya apabila dibandingkan dengan media televisi. Bukan hanya itu, selain relatif murah jangkauannya juga merambah ke seluruh dunia [2][3]. Artinya, pada era informasi saat ini komunikasi antar manusia semakin meluas dengan ditemukannya komputer, internet, smartphone dan jejaring media sosial.

Media social merupakan salah satu media yang banyak sekali dipakai oleh pengguna internet. Media ini digunakan untuk mendukung interaksi social antar penggunanya. Media social ini selain dimanfaatkan untuk memperluas pertemanan, juga dapat dimanfaatkan sebagai untuk berjualan [4][5]. Saat ini pengguna social media terbesar di Indonesia salah satunya yaitu Facebook. Pengguna gemar mengakses facebook karena berbagai fitur yang ditawarkan [6][7]. Pemanfaatan facebook Di saat yang bersamaan pula, facebook juga menawarkan fitur untuk menjangkau pasar lebih mudah khusus bagi para pelaku bisnis. Facebook Marketing merupakan media yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu yang akan ditayangkan di halaman pengguna [8][9]. Facebook baik itu menggunakan

melalui perangkat komputer, tablet, ataupun smartphone.

Saat ini ibu rumah tangga RT 01 melakukan kegiatan untuk menambah penghasilan yaitu memproduksi kerajinan tangan dari tali kur. Produk yang dibuat disebut dengan nama Macrame Handycart, adapun produk yang dihasilkan yaitu berupa tas, dompet, kipas, dna masih banyak lainnya. Berdasarkan wawancara dengan ketua RT yang sekaligus terlibat dalam proses pembuatan macramé bahwa pemasaran produk yang dihasilkan oleh ibu – ibu tersebut masih konvensional salah satunya dipromosikan pada pameran – pameran yang ada di daerah bandung atau ditawarkan langsung ke orang yang akan memesan produk. Dikarenakan jangkauan pemasaran tidak terlalu luas maka untuk waktu produksi juga hanya saat diwaktu luang ibu rumaah tangga. Permasalahan lain juga dikarenakan dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam menggunakan media social untuk mempromosikan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka kegiatan dari pengabdian masyarakat ini adalah dilakukan pelatihan penggunaan media facebook untuk mempromosikan hasil produk dari Macrame Handycart. Dengan adanya kegiatan ini maka dapat memaksimalkan promosi produk yang dihasilkan menggunakan media social facebook.

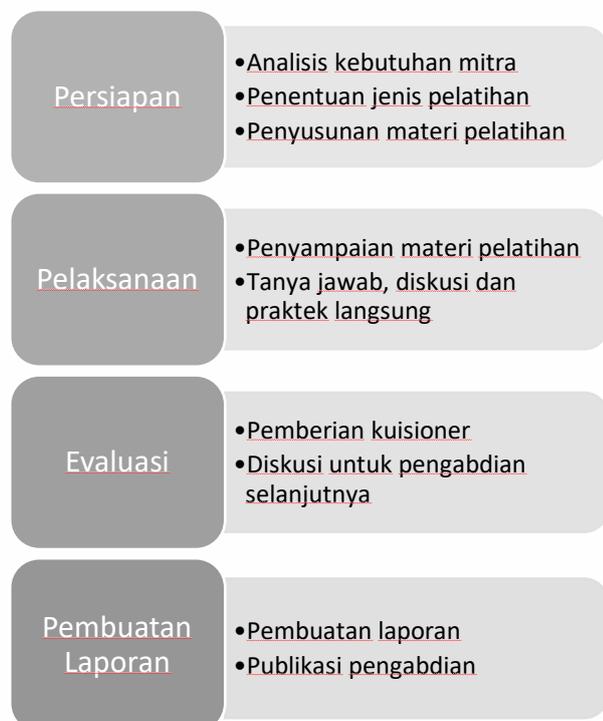
METODE PELAKSANAAN

Materi yang akan diberikan pada kegiatan pengabdian bagi ibu rumah tangga RT.01 kelurahan kebonwaru kota bandung dalam mempromosikan produk yang dihasilkan adalah berupa penggunaan media social facebook.

Metode pelaksanaan untuk kegiatan ini adalah berupa pelatihan dengan menggunakan alat bantu laptop, smartpone, dan infokus. Penyampain materi dilakukan dengan ceramah, praktek langsung, Tanya jawab dan diskusi. Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat dilihat pada gambar1. Penjelasan dari gambar 1 adalah :

1. Persiapan

Tahapan ini dilakukan dengan menganalisis kebutuhan mitra kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam hal ini bagaimana mempromosikan produk yang sudah dihasilkan, dan media apa saja yang sudah digunakan untuk promosi tersebut. Setelah menganalisis kebutuhan tersebut maka didapatkan pelatihan yang harus diberikan untuk mitra yaitu berupa pelatihan penggunaan media social facebook.



Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan PKM

2. Pelaksanaan

Tahapan ini merupakan tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk memberikan pelatihan penggunaan media social facebook. Dari pelatihan ini diharapkan peserta dapat memaksimalkan promosi produk yang dihasilkan menggunakan media social facebook.

3. Evaluasi

Tahapan ini digunakan untuk mendapatkan umpan balik dari kegiatan yang sudah dilakukan dan tindak lanjut untuk kegiatan pengabdian berikutnya. Pada tahapan ini dilakukan pembagian kuisisioner kepada peserta. Hasil dari evaluasi digunakan untuk pembuatan laporan akhir dari pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat.

4. Pembuatan Laporan

Pada tahapan ini dilakukan pembuatan laporan akhir, dan pembuatan makalah yang akan dipublikasikan baik ke jurnal nasional maupun internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui pelatihan dengan menggunakan alat bantu laptop, smartpone, dan infokus. Pelatihan ini dilakukan dengan 18 Juni 2022 dari pukul 08.30 samapai dengan 12.00, dengan jumlah peserta pada pelatihan ini sebanyak 14 orang. Pelatihan penggunaan media social facebook dilakukan dengan cara menjelaskan setiap detail langkah – langkah penggunaan media social tersebut dan langsung mendemokannya. Pada saat pemateri menjelaskan langkah – langkah penggunaan facebook, peserta juga dapat mencoba langsung, selain itu peserta dapat langsung bertanya ke ke pemateri jika ada yang ditanyakan. Gambar 2 merupakan dokumentasi dari kegiatan pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan.

2. Evaluasi kegiatan

Dikarenakan pelatihan menggunakan koneksi internet untuk akses ke media social facebook

tentunya koneksi internet sebagai factor kendala yang dihadapi. Koneksi internet harus selalu stabil pada saat pelatihan agar pelatihan berjalan dengan lancar. Kendala yang terjadi pada saat pelatihan adalah terjadi penurunan kecepatan akses sehingga membuat akses internet putus sehingga diperlukan waktu untuk menghubungkannya kembali. Pada saat kendala tersebut terjadi maka koneksi internet dialihkan menggunakan perangkat lain berupa *smartphone wifi* hingga koneksi internet kembali stabil.

pelatihan. Pemberian *kuisisioner* kepada peserta dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan. Pemberian *kuisisioner* ini dilakukan untuk melihat kemampuan peserta setelah diberikan materi tentang penggunaan *media social facebook*. Perhitungan *kuisisioner* menggunakan skala likert. Skala ini kerap digunakan sebagai skala penilaian untuk menilai sesuatu [10]. Tabel 1 menunjukkan penilaian dari setiap pertanyaan yang nantinya akan dianalisis. Tabel 2 menunjukkan pertanyaan dari *kuisisioner* yang diberikan ke



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan pengabdian pada masyarakat

Tahapan evaluasi ini digunakan untuk melihat kemampuan peserta dalam penggunaan *media social facebook* dengan menganalisis pemberian *kuisisioner* yang sudah diberikan ke peserta setelah pelaksanaan

peserta. Hasil rekapitulasi dari *kuisisioner* peserta dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 1 Penilaian dari setiap pertanyaan

| Kriteria | Nilai |
|--------------------|-------|
| Sangat mampu | 5 |
| Mampu | 4 |
| Cukup mampu | 3 |
| Tidak Mampu | 2 |
| Sangat tidak Mampu | 1 |

Tabel 2. Daftar Pertanyaan Test

| No | Pertanyaan |
|----|--------------------------------------------------------|
| 1 | Materi yang disampaikan dalam pelatihan (P1) |
| 2 | Respon terhadap materi pelatihan yang disampaikan (P2) |
| 3 | Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan (P3) |
| 4 | Teknik penyampaian materi pelatihan (P4) |
| 5 | Waktu yang disediakan untuk pemberian materi (P5) |
| 6 | Kejelasan materi pelatihan (P6) |
| 7 | Minat terhadap pelatihan (P7) |
| 8 | Kepuasan terhadap pelatihan (P8) |

Dari tabel 3, menunjukan bahwa :

- Untuk mengetahui bagaimana pendapat peserta tentang materi yang disampaikan dalam pelatihan terlihat bahwa 43% peserta berpendapat bahwa materi yang disampaikan sangat baik, dan 57% berpendapat baik, serta tidak ada peserta yang berpendapat bahwa materi yang disampaikan cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
- Untuk mengetahui bagaimana respon peserta terhadap materi pelatihan yang disampaikan terlihat bahwa peserta memberikan respon baik sebesar 79% terhadap materi pelatihan dan sisanya sangat baik sebesar 21%. Tidak ada peserta yang memberikan respon cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
- Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan peserta terlihat bahwa peserta memberikan pendapat baik sebesar 79% terhadap kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan peserta, dan sisanya sangat baik sebesar 21%. Tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
- Untuk mengetahui bagaimana teknik penyampaian materi pelatihan oleh pemateri terlihat bahwa peserta memberikan pendapat sangat baik sebesar 57% terhadap teknik penyampaian materi pelatihan oleh pemateri dan sisanya baik sebesar 43%. Tidak ada peserta yang memberikan

Tabel 3. Rekapitulasi hasil kuisioner

| No | Pertanyaan | Sangat Baik | Baik | Cukup | Kurang Baik | Sangat Kurang |
|----|----------------------------------------------------|-------------|------|-------|-------------|---------------|
| 1 | Materi yang disampaikan dalam pelatihan | 43% | 57% | 0% | 0% | 0% |
| 2 | Respon terhadap materi pelatihan yang disampaikan | 21% | 79% | 0% | 0% | 0% |
| 3 | Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan | 21% | 79% | 0% | 0% | 0% |
| 4 | Teknik penyampaian materi pelatihan | 57% | 43% | 0% | 0% | 0% |
| 5 | Waktu yang disediakan untuk untuk pemberian materi | 14% | 36% | 50% | 0% | 0% |
| 6 | Kejelasan materi pelatihan | 50% | 50% | 0% | 0% | 0% |
| 7 | Minat terhadap pelatihan | 43% | 57% | 0% | 0% | 0% |
| 8 | Kepuasan terhadap pelatihan | 50% | 50% | 0% | 0% | 0% |

- pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang
- e. Untuk mengetahui bagaimana waktu yang disediakan untuk pemberian materi terlihat bahwa peserta memberikan pendapat waktu yang diberikan oleh pemateri untuk pemberian materi cukup sebesar 50%, dan sisanya memberikan pendapat sangat baik sebesar 57% dan sisanya baik sebesar 43%. Tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang
 - f. Untuk mengetahui bagaimana kejelasan materi pelatihan terlihat bahwa peserta memberikan pendapat kejelasan materi pelatihan yang diberikan oleh pemateri sangat baik dan baik sebesar 50%. Tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
 - g. Untuk mengetahui bagaimana minat terhadap pelatihan bahwa minat peserta terhadap pelatihan sangat baik sebesar 43% dan baik sebesar 57%. Tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
 - h. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan terhadap pelatihan bahwa peserta berpendapat sangat baik dan baik sebesar sebesar 50% untuk kepuasan terhadap pelatihan yang diberikan. Tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya kegiatan ini sudah memberikan pengetahuan dan kemampuan ibu rumah tangga di Rt.01 Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung dalam memanfaatkan media social facebook sebagai media promosi untuk produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil kuisioner, peserta pelatihan memberikan respon bahwa pelatihan yang dilaksanakan sudah baik sebesar 56%. Tidak ada respon kurang baik atau sangat kurang baik dari peserta terhadap kegiatan pelatihan yang sudah diberikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian pada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Divisi Pengabdian Pada Masyarakat Unikom yang sudah memberikan dukungan dana, dan juga mengucapkan terima kasih kepada ibu – ibu rumah tangga Rt.01 Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung atas partisipasinya sehingga kegiatan pengabdian pada masyarakat ini terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Warsita, “Kecenderungan global dan regional dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk pendidikan”, *Jurnal Teknodik*, 10(19), 069-098, 2018.
- [2] I. P. D. Lesmana, B. Widiawan, & D. R. Hartadi, Pengembangan pemasaran online kerajinan anyaman bambu Antirogo Jember melalui media internet. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 2019.
- [3] R.E. Werdani, N. I. Kurniawati, J. B. Sukoco, A. Windriya, A., & D. Iskandar, Pelatihan pemasaran produk homemade melalui sosial media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1-5, 2020.
- [4] R. Dumilah, A. Sunarto, A. Ahyani, D. Solihin, & H. Maulida, Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Siswa. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 26-33, 2020.
- [5] A. D. Riyanto, & M. F. Noeris, Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Online untuk Pelaku UMKM di Cilacap. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 53-57, 2018.
- [6] S. Indrawati, Menyikapi penggunaan bahasa di facebook: pemerdayaan atau perusakan bahasa Indonesia. In *Seminar Bahasa dan Sastra Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 43-51), 2018.
- [7] S. Hidayat, H. Suryantoro, & J. Wiratama, Pengaruh Media Sosial

- Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 415-420, 2017.
- [8] R. Taqiyya, & S. Riyanto, Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Whatsapp Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran Oleh Wafipreneur Di Masa Pandemi Covid-19. *Syntax Idea*, 2(10), 813-826, 2020.
- [9] A. Susanto, C. A. Sari, E. H. Rachmawanto, & I. U. W. Mulyono, Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42-51. 2020.
- 10] V. H. Pranatawijaya, W. Widiatry, R. Priskila, & P.B.A.A. Putra, "Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online" *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), 128-137, 2019.