

PELATIHAN PENGGUNAAN KOMPUTER DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BERBASIS INTERNET

Resi Juariah Susanto _
resi.juariah@gmail.com

Anton Mulyono Azis

Maya Irjayanti

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKUITAS

ABSTRAK

UMKM pada saat ini masih membutuhkan promosi yang efisien dan kreatif untuk mengikuti perkembangan teknologi dan usaha di bidang bisnis. Adanya kebutuhan tersebut maka dirasa diperlukan pelatihan penggunaan komputer dan penggunaan media sosial berbasis internet. Gaya hidup masyarakat akan mengakses informasi saat ini lebih menggunakan media sosial. Masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha diantaranya adalah kurang keterampilan dalam pengoperasian komputer dan pemasaran melalui media sosial berbasis internet. Hal ini disebabkan minimnya pengetahuan pelaku usaha mengenai cara pengoperasian komputer dan kurangnya kesadaran akan pentingnya penggunaan komputer dan internet sebagai sarana pembantu dalam melakukan usaha oleh para pelaku usaha di lingkungan Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler. Hal ini juga didukung oleh keterbatasan fasilitas komputer yang dimiliki. Sehingga, informasi yang didapatkan masih belum optimal. Metode yang digunakan berupa pelatihan terhadap penggunaan komputer dan sosial media. Objek Program Pengabdian Masyarakat ini adalah pelaku usaha mikro kecil menengah di lingkungan Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler Bandung. Adanya pelatihan ini maka para pelaku usaha dapat dengan mudah untuk memasarkan produknya di media sosial yang telah diajarkan dan dapat meningkatkan consumer awareness sehingga konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan tertarik untuk membeli produknya. Serta meningkatkan motivasi para pelaku usaha untuk lebih semangat menggunakan media sosial.

Kata Kunci: *Penggunaan Komputer; Penggunaan Media Sosial; Internet; Neglasari*

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Daerah yang akan diteliti adalah Kelurahan Neglasari terletak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung yang memiliki luas wilayah 47,50 Ha. Secara administratif Kelurahan Neglasari dibatasi oleh:

- Bagian Selatan : Kelurahan Cikutra Kecamatan Cibeunying Kidul

- Bagian Utara : Kelurahan Cibeunying Kabupaten Bandung
- Bagian Timur : Kelurahan Sukapada Kecamatan Cibeunying Kidul
- Bagian Barat : Kelurahan Sukaluyu Kecamatan Cibeunying Kaler

Kelurahan Neglasari memiliki jumlah penduduk 9.939 jiwa yang terdiri dari 5.073 jiwa laki-laki dan 4.821 jiwa perempuan. Mayoritas penduduk bermata

pencapaian sebagai pedagang sebanyak 1.802 jiwa. Secara ekonomi terdapat banyak pelaku usaha di Kelurahan Neglasari, sebanyak 598 kios/warung/kelontong, 267 UKM, 105 pedagang kaki lima. Sumber daya manusia berdasarkan tingkat pendidikan di lingkungan Kelurahan Neglasari mayoritas adalah lulusan SLTP sebanyak 1.045.

Kelurahan Neglasari terdiri dari 8 RW dan 39 RT, wilayah yang terbesar adalah RW 02. Sebanyak 145 warga memiliki usaha kecil dan menengah, dan 1 usaha diantaranya merupakan pelaku usaha di bidang pembuatan mainan anak dan 6 usaha di bidang konveksi.

Beberapa pelaku usaha lingkungan Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler memiliki potensi untuk berkembang dan maju. Dilihat dari antusiasme warga terhadap adanya survey yang dilakukan sebelumnya dengan minat untuk berkembang dan belajar demi meningkatkan pengetahuan terhadap lingkungan yang lebih baru yaitu pengetahuan berbasis internet dan pelatihan komputer.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha di lingkungan Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler khususnya bidang usaha konveksi dan *home industry* mainan anak adalah penggunaan teknologi berupa komputer dan menggunakan sosial media berbasis internet. Akan tetapi pada pelaksanaan secara langsung saat ini bahwa UMKM perkembangannya sangat pesat dengan bantuan media sosial.

Pelaku usaha masih berpikir bahwa kurang begitu membutuhkan penggunaan komputer dan sosial media sebagai sarana usahanya. Sekaligus mayoritas pelaku usaha masih belum mengetahui cara mengoperasikan komputer sebagai salah satu alat bantu dalam menjalankan kegiatan operasional usahanya. Sehingga dalam penggunaan sosial media berbasis internet juga kurang diminati oleh para pelaku usaha.

Dimana *internet* dapat digunakan sebagai media untuk mencari informasi mengenai produk dan para pesaing juga mengenai apa saja yang diminati oleh konsumen di luar. Di sisi lain, hal ini juga didukung oleh keterbatasan fasilitas komputer yang dimiliki sehingga, informasi yang didapatkan masih belum optimal. Internet juga dapat dijadikan media untuk melakukan bisnis, maka kemudian berkembang dan dikenal dengan istilah bisnis online. Dengan bermodalkan sebuah situs yang dirancang untuk bisnis online maka bisnis yang dilakukan melalui dunia maya sudah dapat berlangsung. (Situmorang, James R)

Bisnis dalam dunia online atau internet biasa disebut dengan E-Commerce. E-Commerce merupakan proses pembelian, penjualan atau pertukaran barang/jasa dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet. Bagi sebagian perusahaan besar E-Commerce menjadi bagian dalam pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan dan pembayaran para pelanggan dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia. Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia berjalan seiring berkembangnya internet sejak pertama kali masuk Indonesia di awal tahun 1990-an (Kurnia & Priambodo, 2015)

Data lain menunjukkan 92 persen dari pengguna internet di Indonesia memiliki akun Facebook, dan 75 persen dari pengguna Facebook di Indonesia mengakses jejaring sosial ini melalui perangkat mobile. Pelanggan *e-commerce* lebih memilih berbelanja secara *online* melalui situs belanja *online* biasa (20 persen), media sosial (26 persen), grup di aplikasi chatting seperti BBM (27 persen), dan situs forum atau iklan baris online seperti Kaskus dan Tokobagus (27 persen) (Nugroho & Kastaman, 2014).

Karena kurangnya minat terhadap media sosial tersebut maka kurang berkembangnya usaha tersebut. Berdasarkan fenomena tersebut, maka program pengabdian masyarakat yang akan dilakukan diharapkan mampu meningkatkan

daya saing dari pelaku usaha di lingkungan Kelurahan Neglasari, Kecamatan Cibeunying Kaler, Bandung.

2. METODOLOGI PELAKSANAAN

Metodologi penelitian ini menggunakan proses pelatihan dengan tiga tahapan yaitu seperti yang tercantum dalam tabel 1:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

TAHAPAN	METODE	HASIL
Tahap Awal	Melakukan diskusi antara pihak pelaku usaha dengan tim STIE Ekuitas untuk mengetahui kendala/ hambatan yang dihadapi dalam melakukan pengoperasian komputer dan memberikan pemahaman mengenai manfaat penggunaan komputer dan internet sebagai sarana untuk mencari informasi dan melakukan pemasaran	Pemahaman persamaan persepsi antara tim dan para pelaku usaha

TAHAPAN	METODE	HASIL
Tahap Pelaksanaan	Pelatihan komputer menggunakan internet sebagai sarana untuk mencari informasi dan melakukan promosi	Modul menggunakan komputer dan internet
Tahap Akhir	Monitoring dan Evaluasi	Mendampingi pelaku usaha dalam pengoperasian komputer serta pembuatan akun di media sosial.

3. HASIL DAN LUARAN

3.1 Hasil Kegiatan

Melalui pelatihan langsung peserta menjadi tahu cara mengoperasikan komputer dan juga pembuatan email, facebook dan OLX juga kini peserta sudah memiliki ketiga akun media sosial tersebut. Dari adanya pelatihan tersebut peserta sudah dapat langsung mempraktekan penjualan onlinenya dimulai setelah pemberian pelatihan. Peserta pelatihan juga sangat antusias dan merasa senang dengan adanya pelatihan tersebut karena sebagian peserta ada yang belum mengenal sama sekali mengenai komputer sampai akhirnya bisa menggunakan komputer sebagai media online untuk berjualan dalam usahanya.

Peserta juga sangat tertarik dengan pelatihan tersebut dan diharapkan pelatihan tersebut dijalankan setiap tahunnya dan bahkan peserta meminta untuk diajarkan dalam pembuatan blog dan website juga meminta untuk lebih diajarkan dalam proses transaksi menggunakan paypal.

3.2 LUARAN

Luaran yang dihasilkan berupa modul singkat tutorial penggunaan media sosial bagi masyarakat (peserta pelatihan) dan praktek langsung atau pelatihan langsung yang dilakukan oleh pelaku pengabdian langsung kepada peserta pelatihan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pelatihan penggunaan komputer dan penggunaan media sosial adalah bahwa masyarakat (peserta pelatihan) terdiri dari dua kelompok yaitu kelompok yang sudah ahli dalam melakukan atau mengoperasikan media online dan kelompok lainnya yang memang belum terlalu ahli dalam menggunakan media online. Peserta dapat langsung mempraktekan hasil pelatihan yang diberikan dan mengoperasikannya dengan baik sekaligus di dampingi oleh instruktur. Dan untuk yang sudah ahli bahkan peserta

menginginkan pelatihan yang lebih kompleks lagi seperti pembuatan blogspot atau web untuk melakukan penjualan onlinenya. Sedangkan yang baru mulai dalam pengoperasian media online, peserta sangat semangat untuk melakukan atau mencoba langsung dalam penjualan produk yang telah dimiliki sebelumnya oleh para peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurnia, R dan Priambodo. (2015). Pengaruh Sosial Media Terhadap Bisnis E-Commerce di Indonesia, *Jurnal Ilmiah E-Commerce Sistem Informasi*.
- Nugroho, H dan Kastaman. (2014). Pengaruh Media Sosial Facebook dalam Peningkatan Penjualan Bisnis Online, *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014*, ISSN: 1979-911X, hal: A-161-A-168
- Situmorang, J.R. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8, No.1:hal. 73-87.