

Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu Pkk Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun

Ferlin Kurniawati¹, Maulida Nurhidayati²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email: ¹ferlinkurniawati6@gmail.com, ²nurhidayati@iainponorogo.ac.id

ABSTRACT: *With the rapid development of information, so that humans no longer care about the problems of space and time. One example is the internet, now the internet has a role as the main source of information where the network is available throughout the hemisphere. In the process of getting information, the internet involves not only one or two people, but up to thousands to millions of people who are in all parts of the world. From here arises interaction between human beings, until the formation of a social networking site. In social networks, humans can not only exchange information, but can also exchange photos and videos, and can even be used as one of the media to do business online. One example, the most popular social network is Facebook, which is used as a marketing medium. Marketing is one of the important elements in running a business. The production turnover of a product can be said to be successful if the marketing system it runs is good. Marketing not only develops products optimally, sets attractive prices, and provides goods for consumers, but must be able to communicate well with consumers. The obstacle that is often faced is to reduce the cost of communication media to do marketing. Today, the world of marketing is heavily influenced by the internet, even the internet is used as an attractive and profitable means of marketing. Facebook Marketing is one of the marketing media that is online which is through internet intermediary media with various facilities available in the Facebook social network.*

Keywords: *Social Networking, Marketing, Facebook Marketing*

Pendahuluan

Dunia bisnis merupakan kumpulan penyumbang ekonomi yang paling besar didalam sistem ekonomi Indonesia dan sudah terbukti menjadi kekuatan terakhir didalam sistem ekonomi nasional di masa krisis dahulu, terlebih dari sektor UMKM yang mana ampuh untuk menjadi alat penstabil pertumbuhan ekonomi setelah adanya krisis ekonomi pada masa lalu. Selain

menjadi kontributor besar, penyumbang ekonomi yang paling besar didalam sistem ekonomi Indonesia, keberhasilan perusahaan telah mengadakan lowongan kerja yang tinggi bagi tenaga kerja didalam perekonomian Indonesia.

Salah satu cara kesuksesan dunia bisnis adalah ketersediaannya harga yang jelas dari produk yang hendak dijual. Sementara itu, dasar kelemahan yang dimiliki dunia usaha adalah didalam pemasarannya, yang mana berorientasi pada harga yang rendah, kurang kuat didalam persaingan serta tidak ada sarana dan prasarana pemasaran yang memadai. Didalam menghadapi sistem pasar yang semakin kompetitif dan terbuka, perusahaan harus menerapkan sistem penguasaan pasar.¹ Oleh karena itu, peran teknologi sangat dibutuhkan dan perlu diterapkan untuk mendorong keberhasilan dunia usaha sehingga dapat memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti internet.

Kehadiran internet membuat sistem pemasaran melalui semakin menarik dan berkembang.² Jejaring sosial yang pada saat ini sering dimanfaatkan untuk keperluan pemasaran produk antara lain Facebook, Twitter dan Kaskus. Dengan melalui jejaring sosial tersebut akan membentuk suatu strategi komunikasi pemasaran yang jauh lebih efektif.³ faMedia pemasaran yang berbasis internet ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan didalam mengakses informasi produk, melakukan promosi produk, melaksanakan kegiatan transaksi usaha, serta melaksanakan komunikasi bisnis lainnya supaya dapat meningkatkan keberhasilan usaha tersebut, semua ini dilaksanakan dalam upaya memperlebar jaringan usaha, serta diyakini dapat menghemat biaya perusahaan.

¹ Zainal Muttaqin, "FACEBOOK MARKETING," *Teknologi* 1, no. 2 (2011): 103-109.

² Ranti Mustika, "Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Kualitatif Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Manchester Language Center)" (UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019).

³ Andi Paba'bari Mirsah, "Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan" (UIN Makassar, 2020).

Facebook dapat menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi yang berkembang cepat seperti saat ini, hal ini menjadikan nilai plus terhadap *Facebook* yang dilengkapi dengan fitur *chatting* dan pemberitahuan pengguna yang aktif menjadi salah satu keunggulan yang dapat mengoptimalkan jejaring internet saat ini. Dengan adanya fitur *chatting*, pengguna *Facebook* bisa melakukan interaksi secara online, sedangkan pemberitahuan pengguna yang aktif adalah fitur yang dipergunakan untuk mengetahui apakah teman yang kita tuju sedang *online* atau tidak.⁴

Dengan hadirnya jejaring internet *Facebook* ini, menjadikan sesuatu yang tidak dapat dilaksanakan oleh jejaring internet lainnya menjadi terwujud. *Facebook* dapat melakukannya dikarenakan *Facebook* memiliki fasilitas-fasilitas yang canggih dan kerahasiannya lebih terjaga, mulai dari berbagi foto, informasi, maupun video dan masih banyak lagi hal lainnya yang dapat dilaksanakan di *Facebook*. Bahkan para pengusaha yang sedang aktif didalam melakukan kegiatan promosi produk maupun jasanya, ataupun sedang melakukan kegiatan komunikasi pemasaran produk, dapat menjadikan *Facebook* sebagai fasilitas *sales* yang handal didalam membantu pengenalan produk maupun jasa yang hendak ditawarkan. Komunikasi pemasaran dapat dikatakan sangat penting dikarenakan dapat menunjang untuk memenangkan pasar.⁵

Fakta menyatakan bahwa situs jejaring sosial yang paling banyak dipergunakan yakni *Facebook* dan *twitter*. Indonesia menempati peringkat keempat pengguna *Facebook* terbesar setelah Negara Amerika, Brazil, dan India.⁶ Berdasarkan dari fakta tersebut dapat diketahui bahwa masyarakat

⁴ Darmawan Budi Cahyono, "Penggunaan Facebook Sebagai Media Pemasaran," *Ekonomi Pembangunan* 2, no. 2 (2011): 11–23.

⁵ Ridho Azlam Ambo Asse, "Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warung Bakso Mas Cingkrank Di Makassar)," *Komunikasi KAREBA* 7, no. 2 (2018): 219–231.

⁶ https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker. Diakses pada 29 Juli 2021 Pukul 11.38 WIB

Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial. Hal ini telah didukung oleh banyaknya masyarakat yang sudah menggunakan *Facebook* dan dikarenakan jangkauan *Facebook* yang luas sehingga dapat mengakses informasi kapanpun dan dimanapun. Selain itu *Facebook* juga dapat diakses melalui perangkat komputer, ponsel maupun tablet. Sehingga *Facebook* dapat dijadikan sebagai media pemasaran yang cukup efektif dan juga bersifat efisien. Berdasarkan hal ini, sangat menarik jika pemanfaatan *Facebook* dapat diterapkan didalam usaha Ibu-Ibu PKK di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun.

Berdasarkan data yang didapatkan dari web resmi, Pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau meningkat sebanyak 27 juta jiwa jika dibandingkan pada awal Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk di Indonesia sendiri saat ini sebanyak 274,9 juta jiwa. Artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Aktivitas berkegiatan internet yang sering dilakukan oleh pengguna internet di wilayah Indonesia adalah berselancar situs sosial media. Saat ini, sebanyak 170 juta jiwa orang di Indonesia yang merupakan pengguna aktif di media sosial. Rata-rata dari penduduk Indonesia ini menghabiskan waktu antara 3 jam 14 menit di platform jejaring sosial yang mereka jelajahi.⁷

Dengan semakin banyaknya pengguna sosial media di Madiun, maka kemampuan dan keahlian didalam memanfaatkan jejaring internet merupakan salah satu modal dalam mewujudkan peningkatan taraf hidup dengan memanfaatkan media online yang bersifat terbuka, apalagi cara untuk ber-sosial media kini dapat dikatakan sangat mudah. Salah satu yang dapat dilaksanakan yaitu dengan cara mempromosikan suatu produk baik itu barang maupun jasa secara online dengan memanfaatkan *Facebook*.

⁷<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>. Diakses pada 30 Juli 2021 Pukul 11.38 WIB.

Fenomena saat ini telah membuka peluang bagi semua usaha bisnis baik yang bersifat kecil ataupun besar untuk mempergunakan sosial media didalam melakukan kegiatan penjualan, media promosi, dan pemberian informasi mengenai produk yang akan dijual. Pemilik usaha yang berasal dari perusahaan besar juga mempergunakan media *Facebook* ini dengan tujuan untuk mencari mangsa pasar yang baru serta berupaya dapat mempererat hubungan bisnis yang baik dengan para konsumen.

Kabupaten Madiun penggunaan jejaring sosial yang berupa *Facebook* dalam menunjang kegiatan jual beli barang merupakan hal yang sering terjadi, didalam *Facebook* terdapat *group* Jual Beli Madiun yang mana di grup ini menyediakan wadah bagi pengguna *Facebook* yang milih untuk gabung didalam *group* tersebut untuk melaksanakan kegiatan jual beli barang maupun jasa bersifat *online* baik dalam kondisi baru maupun bekas. Aktivitas Jual Beli Madiun di *Facebook* mempermudah para konsumen untuk mencari informasi yang mendalam mengenai informasi produk didalam usaha *online* yang digemari ataupun hanya untuk mendapatkan informasi mengenai harga, spesifikasi produk dan lainnya. Pesan yang terkirim melalui iklan Jual Beli Madiun ini selanjutnya dijadikan sebagai dasar pertimbangan ataupun sebagai alternatif sebelum melakukan transaksi pembelian produk.

Saat ini, pengguna *Facebook* yang gabung didalam *group* Jual Beli Madiun sebanyak 353.000 anggota, tentu dengan adanya *group* Jual Beli Madiun ini mempermudah penjual dan pembeli *handphone* untuk bertemu secara *online*.

Media sosial terutama *facebook* dapat membantu dalam hal promosi produk dikarenakan jangkauan yang dimiliki lebih luas serta adanya kemudahan untuk diakses, serta dapat menekan anggaran promosi yang pada dasarnya harus dimanfaatkan untuk melaksanakan kegiatan promosi produk. Oleh karena itu, artikel ini akan membahas mengenai dampak

keefektivitasan peran *Facebook* sebagai media promosi bagi usaha Ibu-Ibu PKK.

Kesimpulan yang dapat diambil dari Kuliah Pengabdian Masyarakat ini adalah, *Facebook* merupakan jejaring internet yang semakin dioptimalkan dan dimanfaatkan sebagai media dalam bisnis online. *Facebook* memiliki peran yang penting didalam kegiatan promosi, diantaranya adalah *facebook* sebagai media promosi yang dianggap efektif didalam usaha yang sedang dilakukan oleh Ibu-Ibu PKK, kedua *facebook* juga berperan sebagai media komunikasi antara pelaku bisnis dengan para konsumennya, baik itu konsumen lama maupun konsumen baru. Ketiga *facebook* berperan sebagai wadah untuk mencari pelanggan dan terakhir *facebook* memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan pada usaha yang dilakukan oleh Ibu-Ibu PKK.⁸

Metode

Kehidupan masyarakat yang memiliki kesejahteraan tinggi merupakan impian setiap individu yang memiliki latar belakang daerah yang berbeda-beda. Kondisi lingkungan yang nyaman, lokasi yang tergolong aman, semua kebutuhan yang diperlukan dan yang diinginkan telah tercukupi, semuanya merupakan salah satu standar seseorang untuk dapat dikatakan telah memperoleh kesejahteraan didalam kehidupannya. Kesejahteraan ini dapat dicapai melalui program pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan secara tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan permasalahan suatu daerah yang sedang dihadapi. Pembangunan ekonomi yang bersifat *Top Down* (kebijakan secara langsung). Konsep ekonomi ini didasarkan pada produktivitas dan kompleksnya kegiatan produksi. Hasil dari pengaplikasian konsep ini justru menyebabkan permasalahan-permasalahan

⁸ Rita Wahyuni Arifin, "Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif," *Bina Insani* 2, no. 2 (2015): 117–126.

yang serius seperti munculnya kemalasan, ketimpangan, keterbelakangan dan kemiskinan.

Pengembangan potensi masyarakat dapat dipahami sebagai sebuah usaha pemberdayaan kemampuan masyarakat, kegiatan ini merupakan salah satu cara menyadarkan kepada masyarakat untuk mengetahui masalah yang dihadapi dengan adanya program pemberdayaan yang bertujuan untuk memperoleh kehidupan yang dapat dikatakan dalam kondisi sejahtera. Program ini nantinya akan menjadi objek kajian mendalam seorang *community development* dalam melaksanakan tugasnya. Konsep *Asset Based Community Development* atau disingkat dengan 'ABCD' merupakan salah satu strategi didalam melakukan pengembangan potensi masyarakat.

Konsep pengembangan potensi masyarakat yang dijadikan sebagai tujuan pengembangan tidak lagi dapat dinyatakan sebagai masyarakat yang tidak mamapu serta tidak mempunyai potensi sama sekali. Justru yang dipandang sebagai masyarakat yang tidak mamapu serta tidak mempunyai potensi sama sekali ini sebenarnya memiliki potensi yang terpendam jika bisa mencari solusi dari berbagai macam permasalahan yang sedang dihadapi, termasuk permasalahan taraf hidup perekonomian. Yang dihadapi oleh kelompok masyarakat didalam kegiatan pemberdayaan ini lebih menjorok di tidak adanya alat untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Kekuatan didalam kegiatan pemberdayaan juga dibutuhkan adanya peran penghubung yang dapat mengetahui potensi apa saja yang ada dan dimiliki serta menghubungkannya dengan sumber sistem lainnya sehingga akan terjadi kerjasama dalam hal meningkatkan kapasitas.

Konsep ABCD ini merupakan salah satu cara pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan *asset*. *Asset* yang dimaksud dalam hal ini adalah memberikan arti penting potensi yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri, dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki masyarakat sehingga

dapat dipergunakan sebagai senjata yang kuat untuk melaksanakan program pemberdayaan di kemudian hari. Potensi yang dimaksud dapat berupa potensi yang dimiliki oleh internal masyarakat, yaitu kecerdasan, kepedulian, kebersamaan, gotong royong, dan lain-lain, atau juga dapat berupa tersedianya Sumber Daya Alam (SDA) yang melimpah.⁹

Penerapan pengabdian masyarakat dengan konsep ABCD ini akan berjalan optimal apabila menerapkan 4 (empat) kriteria, antara lain ; *Problem Based Approach*, *Need Based Approach*, *Right Based Approach*, *Asset Based Approach*. Kriteria yang pertama terkait *Problem Based Approach* merupakan potensi yang berupa masalah itu sendiri yang mana sedang dihadapi oleh masyarakat. Dengan adanya masalah masing-masing orang atau kelompok ini akan membuat seseorang sadar untuk melakukan sebuah terobosan atau akan berusaha paling tidak untuk menyelesaikan masalah tersebut.¹⁰

Kriteria *Need Based Approach* ini memanfaatkan kebutuhan pribadi atau perorangan. Kebutuhan adalah suatu hal yang wajib terpenuhi didalam kehidupan, dikarenakan kebutuhan sangat berkaitan erat dengan adanya kenyamanan dan kesejahteraan hidup seseorang. Kebutuhan seseorang yang dapat berupa sandang, pangan dan papan, hal tersebut merupakan sesuatu yang wajib harus terpenuhi didalam diri masyarakat sebagai kategori telah tercukupinya kebutuhan dasar mereka. Indikator inilah yang dipergunakan untuk memancing seseorang supaya dapat melakukan perubahan dalam dirinya sendiri.

Kriteria yang ketiga yaitu, *Right Based Approach* adalah kriteria dengan memanfaatkan kekayaan yang dimiliki. Kriteria tersebut memanfaatkan kekayaan supaya dapat mengembangkan potensi masyarakat

⁹ Mirza Maulana, "Strategi Pengembangan Masyarakat Di Desa Wisata," *Pengembangan Masyarakat Islam* 4, no. 2 (2019): 259-278.

¹⁰ Kesi Widjajanti, "Model Pemberdayaan Masyarakat," *Ekonomi Pembangunan* 12, no. 1 (2011): 15-27.

itu sendiri dengan melalui program peminjaman modal usaha bagi masyarakat sehingga akan menunjang suksesnya kegiatan didalam proses pemberdayaan seseorang. Keunggulan dari kriteria ini adalah dapat diterapkan kedalam berbagai aspek, baik itu berupa pemberian materi (uang) yang dapat dipergunakan untuk pengobatan dalam kondisi yang mendesak, sehingga tidak menutup kemungkinan besarnya manfaat dalam penerapan konsep *Right Based Approach*.

Kriteria yang terakhir atau yang keempat yaitu *Aset Based Approach*, pengaplikasian kriteria yang keempat ini dengan memanfaatkan kekuatan dasar yang sudah ada didalam diri masyarakat itu sendiri. Potensi yang dimaksud dapat berupa kepedulian, kecerdasan, gotong-royong, partisipasi, dll. Potensi inilah yang dapat dimanfaatkan dan merupakan modal kekuatan besar dalam melaksanakan pemberdayaan potensi masyarakat. Dengan melalui rasa kebersamaan, kerukunan dan solidaritas dalam diri masyarakat nantinya diharapkan dapat memunculkan kecerdasan serta peka terhadap lingkungan sosial, sehingga masyarakat nantinya akan mudah mengidentifikasi masalah serta dapat menyelesaikannya.

Aspek lainnya yang ada didalam pengoptimalan aset masyarakat adalah melalui Sumber Daya Alam (SDA). Kekayaan alam yang tersedia merupakan aset terbesar untuk menunjang keberhasilan pelaksanaan program pemberdayaan ini. Kekayaan alam dapat dikategorikan kedalam aspek eksternal jika dikaitkan dengan konsep ABCD, dikarenakan adanya kekayaan alam atau sumber daya alam yang melimpah merupakan hal yang wajib dimiliki dan diberikan dari Sang Kuasa serta wajib dilestarikan keberadaanya. Pemberdayaan potensi masyarakat dengan pendekatan *Asset Based Community Developmnet* (ABCD) merupakan sebuah pendekatan yang menjadikan potensi yang dimiliki sebagai kekuatan didalam pengembangan sebuah masyarakat.

Melalui pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Asset (*Assets Based Community Development*) atau biasa disingkat dengan ABCD ini jika diterapkan kedalam pengabdian masarakat dan dilaksanakan secara berkelanjutan maka akan dapat membentuk pola kemandirian masyarakat didalam meningkatkan pendapatan ekonomi sehingga juga akan mingkatkan kehidupan masyarakat yang sejahtera. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah untuk melihat berbagai aset yang dimiliki dari Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun untuk dikembangkan sebagai kelurahan yang mandiri dari segi pangan, hal ini dilaksanakan dalam upaya meningkatkan jumlah penghasilan masyarakat di kelurahan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas yang berasal dari potensi yang dimiliki masyarakat, baik potensi yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri maupun dari SDA yang melimpah, sehingga sangat penting untuk menerapkan pendekatan ABCD. Pendekatan ABCD mengutamakan pemanfaatan secara optimal baik itu dari segi aset dan potensi di sekitar wilayah yang dimiliki oleh masyarakat tersebut. Kegiatan Penelitian berbasis pendampingan ini adalah kegiatan KPM-DDR secara mandiri oleh mahasiswi IAIN Ponorogo yang dilakukan dari tanggal 1 Juli 2021 sampai 6 Agustus 2021, di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun.

Terdapat beberapa tahapan kegiatan yang nantinya akan dilakukan didalam kegiatan pendampingan. Diawali dengan persiapan dan kesiapan dengan segala sesuatu yang akan diperlukan dalam penelitian. Kedua melakukan identifikasi asset atau kekurangan, mencatat segala sumber daya yang dimiliki beserta kelebihan dan kekurangan masing-masing aset yang ada. Ketiga merancang cita-cita, merupakan impian atau harapan.

Merencanakan cita-cita merupakan bagian dari sudut pandang yang akan dicapai melalui usaha. Keempat, mewujudkan cita-cita, hal ini

merupakan usaha atau kesanggupan masyarakat dalam memproses sebuah keinginan atau cita-cita dalam penelitian. Kelima melibatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan. Keenam, survei keberhasilan pelaksanaan program dan diakhiri dengan penulisan artikel.

Hasil dan Diskusi

Langkah awal yang dilakukan oleh tim peneliti, melakukan observasi awal di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun, dengan melihat secara langsung kondisi ekonomi yang sedang terjadi. Dari data yang diperoleh dan dengan berbagai pertimbangan, maka tim memutuskan skala prioritas yang merupakan aset utama yang dimiliki oleh Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. Tim memutuskan adanya sosialisasi peran *Facebook* dalam hal meningkatkan volume penjualan. Dikarenakan tempat tersebut layak digunakan untuk sosialisasi nantinya, dengan alasan adanya acara rutin setiap sebulan sekali, sehingga dalam situasi pandemi ini tidak terlalu mengambil risiko besar dalam hal mengumpulkan massa.

1. Gambaran Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga tahap, yaitu assesment, kegiatan inti sosialisasi, dan adanya kegiatan untuk evaluasi pasca sosialisasi. Pada bab ini akan digambarkan kegiatan inti dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi. *Assesment* lapangan dilakukan pada hari Rabu, 7 Juli 2021. Selanjutnya akan diperoleh gambaran informasi secara umum mengenai peserta, lokasi kegiatan, strategi yang akan diterapkan, dan juga terdapat uraian kegiatan yang nantinya akan dilaksanakan pada kegiatan sosialisasi. Sosialisasi dilaksanakan pada hari Rabu 14 Juli 2021 di Rumah Ibu Ana, selaku ketua Ibu-Ibu PKK. Tim Pengabdi sebagai narasumber, dikarenakan kegiatan ini bersifat mandiri. Sosialisasi diikuti oleh 10 orang dari berbagai

macam usaha yang dijalankan oleh Ibu-Ibu PKK, mulai dari usaha catering, angkringan, berjualan makanan dan minuman (pentol, jus buah, rujak petis, mie pedas, bakaran), serta juga ada usaha toko kelontong, dan usaha jasa seperti laundry dan bengkel.

Acara sosialisasi dimulai pada hari Rabu 14 Juli 2021 pukul 18.00 dan berakhir pada pukul 19.30. Acara dimulai dengan arisan, selanjutnya acara sosialisasi. Kegiatan untuk mengevaluasi kegiatan setelah adanya sosialisasi ini dilaksanakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase keberhasilan kegiatan ditinjau dari: 1) target kehadiran jumlah peserta sosialisasi; 2) tercapainya tujuan sosialisasi dan tercapainya materi yang disosialisasikan; 3) kemampuan peserta yang hadir didalam penguasaan materi yang disampaikan; serta 4) mengevaluasi pelaksanaan kegiatan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan peserta terhadap keseluruhan rangkaian kegiatan sosialisasi melalui penerapan *Facebook* sebagai media promosi usaha.

2. Hasil Kegiatan

KPM-DDR dimulai sejak usulan pengabdian kepada masyarakat diterima oleh tokoh-tokoh masyarakat setempat. Pemahaman tentang pemanfaatan peran *Facebook* untuk meningkatkan volume penjualan setidaknya harus diterapkan kepada usaha yang sedang dijalankan oleh Ibu-Ibu PKK di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. Keberadaan peran *Facebook* sudah menjadi bagian dari masyarakat sekitar. Perkembangan peran *Facebook* dari tahun ke tahun menyebabkan tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan aplikasi sosial media tersebut kedalam usahanya masing-masing.

Pemahaman mengenai pemanfaatan *Facebook* di Kel. Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun masih belum optimal. Hal ini dipengaruhi oleh masih lemahnya pengetahuan di dalam mengaplikasikan

Facebook untuk menunjang peningkatan volume penjualan. Melihat situasi seperti ini menjadi bahan pertimbangan untuk mencari solusi yang tepat dalam melakukan upaya untuk mengembangkan kemampuan tersebut. Kemudian terlaksana dengan mengadakan Pengabdian Masyarakat: Pemanfaatan *Facebook* Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu PKK (Studi Kasus Di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun).

Hasil dari pelaksanaan KPM-DDR secara garis besar dapat diketahui dari penilaian beberapa komponen dibawah ini, yang meliputi:

a. Keberhasilan target jumlah peserta sosialisasi

Target jumlah peserta sosialisasi sebanyak 10 orang, yang terdiri dari berbagai macam usaha yang dijalankan oleh Ibu-Ibu PKK, mulai dari usaha catering, angkringan, berjualan makanan dan minuman (pentol, jus buah, rujak petis, mie pedas, bakaran), serta juga ada usaha toko kelontong, dan usaha jasa seperti laundry dan bengkel. Dengan demikian keberhasilan target jumlah peserta sosialisasi dapat dinilai sangat baik, karena 100% peserta yang diundang dapat ikut serta dalam sosialisasi.

b. Ketercapaian tujuan sosialisasi

Tujuan sosialisasi yaitu untuk mmberikan bekal kepada masyarakat sekitar untuk meningkatkan kemampuan ber-promosi menggunakan media *Facebook*. Materi yang sudah dibuat, antara lain: pengertian media *Facebook*, keunggulan menggunakan media *Facebook* sebagai media promosi usaha, dan cara penggunaan media *Facebook* untuk media promosi usaha. Kesemua materi sosialisasi telah disampaikan kepada peserta yang hadir dengan baik sesuai dengan alokasi waktu.

c. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Waktu pelaksanaan sosialisasi relatif singkat, akan tetapi materi yang diberikan sudah disesuaikan dengan durasi waktu. Dalam pelaksanaan

sosialisasi, beberapa materi hanya disampaikan secara garis besarnya saja dikarenakan banyaknya materi, sehingga ditakutkan peserta nantinya kurang memahami materi terlebih lagi karena pemahaman awal peserta yang masih awam. Setelah melakukan sosialisasi, kami memberitahukan kepada Ibu-Ibu PKK untuk bertanya secara lebih mendalam kepada kami, dapat melalui chat *Whatsapp* maupun datang langsung ke rumah. Pelaksanaan praktek diberikan setelah penyampaian materi supaya dapat meningkatkan pemahaman peserta. Secara umum sosialisasi ini meningkatkan pemahaman peserta mengenai penggunaan media *Facebook* untuk media promosi usaha.

Evaluasi pemahaman peserta terhadap materi diperoleh melalui wawancara dari seluruh peserta. Dari hasil seluruh evaluasi terhadap sosialisasi di hari pertama diketahui bahwa pemahaman peserta sosialisasi bervariasi dari kategori kurang, cukup, baik, sampai dengan sangat baik. Dari hasil wawancara di tempat lokasi sosialisasi diketahui bahwa rata-rata peserta masih awam dan kurang faham akan materi yang diberikan. Akan tetapi untuk respon praktek pengaplikasian *Facebook*, responnya sangat bagus, banyak yang sangat antusias. Setelah pelaksanaan praktek, terlihat adanya peningkatan. Jika di awal banyak yang belum faham, akan tetapi di saat praktek ternyata mudah sehingga Ibu-Ibu PKK juga mudah untuk mempraktekannya.

3. Jalannya Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan sosialisasi jika dilihat dari faktor kepuasan pelayanan didalam kegiatan sosialisasi. Kepuasan pelayanan yang dimaksud ini dilihat dari sisi narasumber atau pemateri, fasilitas kegiatan serta sarana dan prasarana. Hal ini sangat penting dilakukan dikarenakan

untuk meningkatkan pelayanan kepada kegiatan pengabdian masyarakat yang sejenis. Penilaian kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan sosialisasi dinilai melalui wawancara. Hasil evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan sosialisasi menunjukkan bahwa secara umum peserta merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, baik dari fasilitas sosialisasi, pelayanan administrasi sosialisasi, maupun penyelenggaraan seluruh sosialisasi. Dari respon peserta yang diberikan secara langsung terhadap kegiatan sosialisasi ini, peserta puas dengan adanya kegiatan yang diberikan tim pengabdian karena memberikan manfaat yang besar, antara lain: meningkatkan pengetahuan tentang penggunaan media *Facebook* untuk media promosi usaha.

Berdasarkan penilaian keempat komponen di atas, maka pelaksanaan kegiatan pengabdian berjudul Pemanfaatan *Facebook* Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu PKK (Studi Kasus Di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun) dapat dikatakan berhasil dan dinilai baik.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Setelah dilakukan evaluasi kegiatan sehingga dapat dijabarkan ke dalam faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan program KPM-DDR ini. Secara garis besar dapat dilihat sebagai berikut:

a. Faktor Pendukung

- 1) Dukungan Ketua RT 19 RW 05 Di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun terhadap sosialisasi Pemanfaatan *Facebook* Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu PKK.
- 2) Dukungan Ketua Ibu-Ibu PKK Di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun terhadap sosialisasi Pemanfaatan *Facebook*

Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu PKK.

- 3) Ketersediaan peserta dikarenakan bersedia untuk hadir walaupun di dalam kondisi Pandemi seperti ini.
- 4) Antusiasme Ibu-Ibu PKK yang tinggi di lokasi pengabdian dalam mengikuti kegiatan sosialisasi Pemanfaatan *Facebook* Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu PKK.
- 5) Asset yang berupa gotong royong dan keinginan untuk berkembang yang dimiliki oleh Ibu-Ibu PKK Di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun.

b. Faktor Penghambat

- 1) Kendala waktu untuk pelaksanaan sosialisasi, yaitu ada keterlambatan selama 30 menit dari jadwal yang telah direncanakan karena menunggu untuk kegiatan arisan dilakukan terlebih dahulu.
- 2) Mengingat saat ini pandemi, sehingga tidak dapat menampung peserta banyak, dan juga pada saat itu sedang dilaksanakan PPKM sehingga waktunya terbilang sangat singkat.

Simpulan

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan, antara lain: (1) Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan pemahaman bagi Ibu-Ibu PKK Di Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun terhadap sosialisasi Pemanfaatan *Facebook* Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu PKK. (2) Untuk lebih meningkatkan pemahaman peserta dilakukan praktek langsung, dengan hasil berupa promosi yang telah dilaksanakan oleh Ibu-Ibu PKK (3) Pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan dikatakan berhasil hal ini dapat

dilihat dari pemahaman peserta terhadap materi sosialisasi dan kepuasan peserta terhadap pelayanan narasumber dan pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan.

Daftar Referensi

- Arifin, Rita Wahyuni. "Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif." *Bina Insani* 2, no. 2 (2015): 117–126.
- Asse, Ridho Azlam Ambo. "Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warung Bakso Mas Cingkrank Di Makassar)." *Komunikasi KAREBA* 7, no. 2 (2018): 219–231.
- Cahyono, Darmawan Budi. "Penggunaan Facebook Sebagai Media Pemasaran." *Ekonomi Pembangunan* 2, no. 2 (2011): 11–23.
- Maulana, Mirza. "Strategi Pengembangan Masyarakat Di Desa Wisata." *Pengembangan Masyarakat Islam* 4, no. 2 (2019): 259–278.
- Mirsah, Andi Paba'bari. "Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan." UIN Makassar, 2020.
- Mustika, Ranti. "Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Kualitatif Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Manchester Language Center)." UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019.
- Muttaqin, Zainal. "FACEBOOK MARKETING." *Teknologi* 1, no. 2 (2011): 103–109.
- Widjajanti, Kesi. "Model Pemberdayaan Masyarakat." *Ekonomi Pembangunan* 12, no. 1 (2011): 15–27.