

## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DENGAN PEMANFAATAN *SOCIAL MEDIA* UNTUK KEBERLANGSUNGAN USAHA DI KELURAHAN KEMBANGAN SELATAN, JAKARTA BARAT

Dewi Murtiningsih<sup>1</sup>, Rona Tumiur Mauli Caroline<sup>2</sup>, Ana Christian Silaban<sup>3</sup>,  
Vidya Ayu Diporini<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mercu Buana  
email: dewi.murtiningsih@mercubuana.ac.id

### Abstrak

Pemilihan penggunaan pemasaran melalui *social media* menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, sekarang ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. *Social media* memiliki dampak besar pada keberlangsungan bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Dampak yang terjadi ini antara lain penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat. Di era industri 4.0 konektivitas *internet* merupakan sesuatu yang tidak dapat terpisahkan dalam segala bidang. Mengingat hal tersebut, maka sudah selayaknya UMKM mengadaptasi beragam hal yang penting agar mampu memanfaatkan era Industri 4.0 dengan baik. Para pelaku usaha harus memahami teknologi informasi, minimal dapat memanfaatkan gadgetnya. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberi sosialisasi terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital guna peningkatan penjualan produk guna keberlangsungan usaha. Adapun manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu pelaku UMKM di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat, sebagai dukungan kegiatan pendidikan bagi kita sendiri sebagai sarana dalam melakukan tri dharma perguruan tinggi, yaitu mengimplementasikan *social media* sebagai pemasaran digital dimana akan terus memberikan sifat yang *up to date* sehingga dapat memberikan layanan informasi produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah terhadap konsumen. Luaran dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang di laksanakan di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat yaitu: Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN/prosiding, Publikasi pada media masa cetak/*online/repository* perguruan tinggi, Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya), Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (*information technology*, dan manajemen), Perbaikan tata nilai masyarakat (pendidikan).

**Kata kunci:** Pemberdayaan Masyarakat; Social Media; Keberlangsungan Usaha

### Abstract

Choosing to use marketing via social media is the main choice made by business actors. Currently, the use of social media has become the main pillar in conveying information. Social media has a big impact on the business continuity of micro, small and medium enterprises (MSMEs). The impacts of this include decreased sales, capital, hampered distribution. In the industrial era 4.0, internet connectivity is something that cannot be separated in all fields. Considering this, it is appropriate for MSMEs to adapt various important things to be able to make good use of the Industry 4.0 era. Business actors must understand information technology, at least be able to use their gadgets. The aim of this community service activity is to provide outreach regarding the use of social media as a digital marketing tool to increase product sales for business continuity. The benefits of this community service activity are to help MSMEs in the Kembangan Selatan District, West Jakarta, as support for educational activities for ourselves as a means of carrying out the tri dharma of higher education, namely implementing social media as digital marketing which will continue to provide up to date characteristics. date so that it can provide product information services offered clearly and easily to consumers. The outputs of community service activities carried out in the Kembangan Selatan District, West Jakarta, are: Scientific publications in ISSN journals/proceedings, Publications in print/online mass media/college repositories, Increasing competitiveness (increasing quality, quantity and added value goods, services, product diversification or other resources), increasing the application of science and technology in society (*information technology* and management), improving society's values (education).

**Keywords:** Community Empowerment; Social Media; Business Sustainability

## PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi alat penting bagi bisnis pemasaran. Peningkatan paparan atau eksposur dan tingkat kemunculan informasi merupakan dua manfaat utama pemasaran dalam media sosial. Kebanyakan pengguna media sosial yang menggunakan media sosial untuk mengembangkan pemasarannya, serta membentuk konsumen yang loyal dalam menggunakan produk mereka. Peningkatan pemasaran melalui media sosial dimulai sejak beberapa tahun terakhir khususnya ketika teknologi informasi internet dikenal berbagai kalangan masyarakat. Sehingga konsumen dapat mengetahui produk yang mereka butuhkan melalui dunia maya tersebut. Salah satu teknologi informasi media sosial yang digunakan adalah media sosial instagram. Satu kasus yang paling menarik, media sosial instagram merupakan salah satu kunci efektif bagi berbagai produk untuk dipasarkan karena memungkinkan penjual berkomunikasi secara langsung dengan konsumen mereka, selain itu media ini juga dapat mempromosikan berbagai kegiatan dan membangun kesadaran merek (Damayanti; Wahidah).

Bagi pelaku UMKM yang sebelumnya bertumpu pada sistem penjualan dan pemasaran yang belum memanfaatkan pemasaran online, hal ini menyebabkan penurunan penjualan. Oleh karena itulah perlu adanya pengenalan tentang pemasaran yang menggunakan sistem *online* dengan memanfaatkan media sosial. Program pengenalan ini difokuskan agar para pelaku UMKM dapat mengetahui dan kemudian mau memanfaatkan sosial media. Selain itu, dengan memanfaatkan pemasaran melalui media sosial penjualan dan pendapatan (Mahmud, 2022).

Abidin *et al.*, (2020) menyatakan pemasaran *online* menjadikan populer bagi konsumen di saat ini karena: kenyamanan serta keamanan konsumen dapat memesan produk selama 24 jam. Dimudahkan dengan tidak perlu mengemudi, mencari tempat, atau berjalan di gang yang panjang untuk mendapatkan barang. Mereka tidak harus pergi ke tempat, hanya untuk mengetahui bahwa produk yang mereka cari telah habis, mendapatkan informasi tentang penjual, produk, dan testimonial tanpa meninggalkan kantor atau rumah. Sehingga lebih selektif dalam hal harga, kualitas, performa dan ketersediaan.

Media sosial yang sering digunakan meliputi *WA Group, Facebook, Instagram* dan *Youtube*. Namun tidak semua orang selalu memiliki berbagai jenis media sosial. Pemasaran melalui media sosial biasanya yaitu dengan *facebook* dan *instagram*. Hal tersebut dilakukan untuk dapat memperluas jangkauan pemasaran. Hal ini menjadi penting karena era modern ini masyarakat lebih meminati media sosial sehingga pemasaran akan lebih baik (Rosmadi, 2021).

Permasalahan yang sering dihadapi adalah berkaitan dengan masalah kemampuan manajemen pemasarannya. Masalah ini terutama kurangnya pengetahuan untuk memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk yang mereka miliki. Hal lainnya adalah jika melaksanakan pemasaran melalui media sosial mereka kesulitan dalam mengambil gambar atau foto dari produknya. Hasil foto yang mereka ambil tampak tidak profesional dan kurang bagus. Ini membuat penjualan produk UMKM yang rendah dan masih dilakukan secara tradisional mengakibatkan tidak dapat berkembangnya usaha, sehingga solusi yang ditawarkan untuk menangani permasalahan yang dihadapi dengan memberikan pelatihan terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dan pelatihan fotografi untuk produk UMKM yang dimiliki.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberi sosialisasi terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital guna peningkatan penjualan produk guna keberlangsungan usaha; Memberikan pemahaman dan pengetahuan Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat tentang pemanfaatan *social media* dalam meningkatkan pemasaran produk UKM; Memberikan pengetahuan dan kemampuan serta keterampilan dalam melakukan praktek dan aktivitas pemanfaatan *social media* dalam meningkatkan pemasaran produk UKM; Memberikan pengetahuan dan kemampuan dalam membangun apresiasi mereka berkaitan dengan pemanfaatan *social media* dalam meningkatkan pemasaran produk UKM.

Adapun manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu pelaku UMKM di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat, sebagai dukungan kegiatan pendidikan bagi kita sendiri sebagai sarana dalam melakukan tri dharma perguruan tinggi, yaitu mengimplementasikan *social media* sebagai pemasaran digital dimana akan terus memberikan sifat yang *up to date* sehingga dapat memberikan layanan informasi produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah terhadap konsumen.

Pemanfaatan media sosial memang dapat memberikan kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh para UMKM untuk memasarkan produknya serta dapat meminimalkan biaya. Namun masih banyak pula pelaku UMKM yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil. Biasanya adalah pelaku usaha dikalangan orang tua yang belum mengetahui tentang pemasaran *online* (Damayanti; Wahidah).

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Mitra dari PKM ini adalah Kelurahan Kembangan Selatan, yang berjarak kurang lebih 4,8 Km dari Universitas Mercu Buana, Jakarta. Adapun sasaran peserta adalah UMKM untuk keberlangsungan usaha.

Lokasi mitra adalah warga masyarakat dan pelaku usaha yang bertempat tinggal di Kelurahan Kembangan Selatan, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat. Potensi warga mitra, diantaranya: Pada perkembangannya, wilayah Kelurahan Kembangan Selatan mengalami transformasi signifikan seiring dengan pertumbuhan kota Jakarta. Pembangunan infrastruktur, seperti jalan raya dan perumahan, telah memengaruhi perkembangan Kembangan Selatan. Kelurahan ini juga telah menjadi tempat bagi berbagai komunitas dan penduduk yang beragam. Selain itu, Kembangan Selatan memiliki sejarah sosial, budaya dan ekonomi yang unik. Dalam beberapa dekade terakhir, perubahan ekonomi dan perkembangan komersial telah memengaruhi kehidupan sehari-hari penduduk setempat. Kembangan Selatan juga memiliki institusi pendidikan, pusat perbelanjaan dan tempat-tempat penting lainnya yang menjadi bagian penting dari sejarah dan kehidupan masyarakat di sana. Keseluruhan sejarah Kelurahan Kembangan Selatan mencerminkan perubahan dan perkembangan wilayah ini sebagai bagian penting dari Provinsi DKI Jakarta, khususnya Kota Administrasi Jakarta Barat.

Persoalan yang dihadapi oleh mitra diantaranya: Sebagian pelaku usaha UMKM kurangnya memiliki pemahaman terkait *social media* yang digunakan untuk berpromosi. Kurangnya pemahaman tersebut dapat menimbulkan kerugian dalam memasarkan produk dagangan. Pelaku UMKM cenderung menggunakan pemasaran konvensional dan terbatas dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam era digitalisasi ini, keberadaan mereka di dunia maya menjadi faktor penting untuk keberlangsungan usaha. Pelaku UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan *social media* dalam mempromosikan produk dagangannya. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran *online* menjadi hambatan utama dalam mengeksplorasi potensi pasar yang lebih besar.

Berdasarkan RIP Pengabdian Kepada Masyarakat, maka berpandangan bahwa pengenalan dan pemahaman mengenai pemanfaatan *social media* untuk keberlangsungan usaha di Kelurahan Kembangan Selatan, Jakarta Barat sangat penting. Pengenalan dan pemanfaatan *social media* merupakan sarana untuk meningkatkan pemasaran produk Usaha Kecil Menengah (UKM). Oleh karena itu, tim pengabdian Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana akan mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan bekerja sama dengan Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat, dengan tema "Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pemanfaatan *Social Media* Untuk Keberlangsungan Usaha Di Kelurahan Kembangan Selatan, Jakarta Barat. Kegiatan ini merupakan bagian pelaksanaan Tri Dharma perguruan tinggi yang akan melibatkan dosen di lingkungan Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Kelurahan Kembangan Selatan, Kecamatan Kembangan di Jakarta Barat memiliki pelaku-pelaku UMKM potensial yang menjalankan kegiatan usaha berupa produk maupun jasa. Dalam melakukan kegiatan usaha khususnya aspek pemasaran masih dilakukan secara konvensional yaitu dititipkan pada toko ataupun warung, mengikuti pameran, maupun menerima orderan dari pelanggan sesuai pesanan yang diminta. Dengan demikian, lingkup pemasaran masih sangat terbatas sehingga usaha yang dijalankan belum dapat berkembang dengan baik. Selain itu, pelaku usaha juga belum mengetahui etika bertransaksi secara *online*, sehingga belum dapat membedakan mana yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam bertransaksi secara online. Berdasarkan analisa situasi tersebut diatas, permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu pertama, minimnya pemahaman mitra mengenai pemasaran on line melalui media sosial dalam kegiatan usaha, serta minimnya keahlian mitra dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Penjelasan analisis situasi pada bagian awal di atas menunjukkan bahwa, Usaha Kecil Menengah (UKM) mengolah limbah plastic menjadi produk yang mempunyai nilai tambah produk dalam bidang

ekomi, memiliki kemampuan dan potensi untuk mengembangkan diri menjadi lebih baik dalam menjalankan aktivitasnya, untuk itu diperlukan pengenalan dan pemanfaatan *social media* untuk meningkatkan pemasaran produk Usaha Kecil Menengah (UKM). Adapun Identifikasi masalahnya: a. Terbatasnya pemahaman dan pengetahuan Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat tentang pemanfaatan *social media* dalam meningkatkan pemasaran produk UKM. b. Terbatasnya kemampuan dan keterampilan dalam melakukan praktek dan aktivitas pemanfaatan *social media* dalam meningkatkan pemasaran produk UKM. c. Kurangnya kemampuan dalam membangun apresiasi mereka berkaitan dengan pemanfaatan *social media* dalam meningkatkan pemasaran produk UKM.

Fokus dari kegiatan pengabdian ini untuk memberikan edukasi terkait pemanfaatan *social media* sebagai Sarana pemasaran digital, dengan memberikan gambaran dan penjelasan mengenai jenis-jenis *social media* yang sering digunakan dalam pemasaran digital dan model strategi pemasaran digital yang bisa meningkatkan penjualan serta pendapatan UMKM. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberi sosialisasi terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital guna peningkatan penjualan produk guna keberlangsungan usaha. Adapun manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu pelaku UMKM di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat, sebagai dukungan kegiatan pendidikan bagi kita sendiri sebagai sarana dalam melakukan tri dharma perguruan tinggi, yaitu mengimplementasikan *social media* sebagai pemasaran digital dimana akan terus memberikan sifat yang *up to date* sehingga dapat memberikan layanan informasi produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah terhadap konsumen.

Permasalahan yang dapat diambil dari para pelaku bisnis UMKM adalah strategi pemasaran yang kurang memanfaatkan media sosial. Kurangnya aspek pemasaran dapat mengakibatkan turunnya keberlangsungan (*sustainability*) dari para pelaku bisnis UMKM. Keberlangsungan bisnis UMKM bersandar pada banyaknya transaksi penjualan maupun pembelian yang ada. Setiap hari mereka mempunyai target tertentu dalam penjualannya untuk dapat meningkatkan perekonomian mereka. Penjualan secara konvensional berupa berjualan dengan lapak atau berkeliling belum cukup untuk menambah perekonomian bisnis UMKM. Peran teknologi informasi melalui media sosial sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan bisnis UMKM.

Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yaitu dilakukan edukasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Kembangan Selatan, Jakarta Barat melalui sosialisasi terkait pemanfaatan media sosial guna peningkatan penjualan produk. Setelah mengikuti kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan oleh Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana terkait pemanfaatan *social media* untuk keberlangsungan usaha bagi UMKM di Kelurahan Kembangan Selatan, diharapkan peserta lebih memiliki pengetahuan dan pemahaman bagaimana bagaimana memanfaatkan *social media* dalam keberlangsungan usaha yang diharapkan bisa dipasarkan sehingga mendatangkan pendapatan.

Kegiatan ini mengharapakan semua pebisnis UMKM yang terlibat dapat memanfaatkan media sosial dengan optimal. Dalam mengoptimalkan media sosial tentu saja memiliki strategi dalam memenangkan pangsa pasar di media sosial tersebut. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat membantu para pebisnis UMKM dalam menjaga keberlangsungan bisnisnya.

Solusi yang ditawarkan atas permasalahan-permasalahan mitra serta jenis luaran dan indikator pencapaiannya, dimana target luaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan pemahaman tentang pemasaran dan penjualan melalui pemanfaatan *social media*. Adapun bentuk capaian kegiatan untuk mencapai target luaran tersebut dilaksanakan dalam bentuk program kegiatan pelatihan dan workshop beserta implementasi manajemen pemasaran dan penjualan melalui *social media*. Dalam pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat, kelompok kami menggandeng beberapa dosen yang expert terkait *social media* untuk sharing dan sekaligus memberikan pelatihan terkait aplikasi *social media* dalam keberlangsungan usaha.

Media sosial dalam teknologi informasi semakin banyak jenisnya. Ada yang berbasis forum, ada yang berbasis chat maupun berbasis timeline. Berdasarkan jumlah masyarakat yang aktif dalam media sosial, didapatkan tiga peringkat teratas dalam penggunaan media sosial. Ketiga media sosial tersebut adalah Facebook Twitter dan Instagram. Media sosial tersebut adalah media sosial dominan yang dipakai oleh masyarakat Indonesia dan ketiga media sosial tersebut menjadi topik utama dalam kegiatan pengabdian ini (Pratiwi dan Bungin).

Permasalahan pemasaran produk menempati posisi paling atas dalam pendampingan ke pelaku usaha dan masih banyak yang mengandalkan pemasaran secara konvensional. Kemampuan sumber daya manusia tergolong relatif rendah dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana pemasaran (Nurani, 2021).

*Social media* ini dikenal sebagai media online guna mendukung interksi sosial yang berbasis teknologi sehingga dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Liedfray *et al.*, 2022). Sosial media memiliki akses yang mudah dan cepat sehingga UMKM melakukan promosi produknya karena jaringan internet yang luas dan tidak ada batasan area maupun waktu (Ramadhani *et al.*, 2022). Salah satu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dengan pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk berdagang. Para pelaku bisnis diharuskan untuk melek terhadap teknologi demi mempertahankan usahanya (Awali dan Rohmah, 2020).

## METODE

Mitra PKM yaitu Kelurahan Kembangan Selatan di Jakarta Barat. Peserta yang terlibat merupakan perwakilan dari mitra yang berjumlah 20 Peserta. Peserta tersebut merupakan pelaku usaha yang belum memahami dan belum menerapkan social media dalam kegiatan usahanya. Adapun partisipasi mitra dalam program PKM meliputi : Mitra terlibat secara keseluruhan dalam program PKM meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan; Mitra berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui hasil dan progress dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi kedua mitra sebelum program dilaksanakan dan kondisi mitra setelah program dilaksanakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Kegiatan pengabdian kepada dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 23 Januari 2024 di Auka Kelurahan Kembangan Selatan, Jakarta Barat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibuka oleh bapak lurah Kembangan Selatan yaitu bapak Raden Muhammad Pradana Putra, S.STP., M.Si menyambut acara ini dengan sangat baik. Kemudian bapak Dr. Eri Marlapa, SE., MM mewakili dari ibu Dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis (ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak) dan perwakilan Ketua Kelompok Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Management (bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, MM). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kelompok internal ke-13 dihadiri juga oleh 25 peserta yang terdiri dari ibu-ibu: PKK, Karang Taruna, Bank Sampah, Dasawisma.

Acara selanjutnya dengan sesi pemaparan materi oleh tim pengabdian kepada masyarakat kelompok teknis 13, yang dimulai dari bapak Sofyan Anshori, SE., Ak., CA., MM dengan tema Penyajian Laporan keuangan Perusahaan Jasa UMKM, selanjutnya pemaparan materi oleh bapak Dr. Zairil, S.Pd., MM yang mengangkat tema Praktik Bisnis Keberlanjutan Melalui Kapabilitas Sumber Daya Manusia, pemaparan materi selanjutnya oleh bapak Supriyanto, S.Sos., MM dengan tema Kreativitas Dan Inovasi Pelaku Usaha Kreasi Barang Bekas Berbasis Keberlangsungan Usaha Dan Lingkungan Di Kelurahan Kembangan Selatan Kecamatan Kembangan Jakarta Barat, pemaparan materi selanjutnya oleh ibu Dr. Dewi Murtiningsih yang mengangkat tema Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemanfaatan Social Media Untuk Keberlangsungan Usaha Di Kelurahan Kembangan Selatan, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat, dan dilanjutkan oleh bapak Andriyansyah Bacthillah, MM yang mengangkat tema Keberlangsungan Usaha dari Penciptaan Kreasi Barang Bekas di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat, selanjutnya pemaparan materi oleh bapak Dr. Agus Fauzi, SE., M.Si dengan tema Pemanfaatan Lingkungan Kerja Untuk Usaha Kreasi Barang Bekas Berbasis Keberlangsungan Usaha, selanjutnya ibu Anna Christin Silaban, SE., Ak., MM dengan tema Perhitungan Break Event Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Dan Laba Pada UMKM Di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat, selanjutnya dilanjutkan oleh tim dari bapak Ahmad Badawi, SE., MM dengan tema Manajemen Keuangan Untuk Keberlangsungan Usaha Menciptakan Kreasi Barang Bekas Di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat, dan pemaparan materi diakhiri oleh ibu Vidya Ayu Diporini, SE., MM dengan tema Alternatif Pendanaan Bagi Keberlangsungan Usaha Kreasi Barang Bekas Di Wilayah Kembangan Selatan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat juga melibatkan mahasiswa dalam pelaksanaan, diantaranya Rr. Nisrina Putri Aaidah sebagai operator, Siti Aulia Haryanti sebagai MC, Hasna Rahma Nabila sebagai dirigen lagu

Kebangsaan Indonesia Raya, Fadhlurrahman Ar-Rafi sebagai panitia perlengkapan, Fidela Lathifah Ananda sebagai penerima tamu, dan Ghina Shakira sebagai panitia konsumsi.

Hasil pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan terkait laporan keuangan, sumber daya manusia, kreativitas dan inovasi pelaku, pemasaran dan manajemen keuangan terkait lanjutan pengabdian masyarakat semester sebelumnya terkait memanfaatkan barang-barang bekas yang memiliki nilai jual dengan cara meningkatkan nilai guna bahan-bahan bekas, dapat memanfaatkan dan membuat bahan bekas menjadi barang yang bermanfaat maupun bernilai jual. Produk limbah sampah bekas dari bungkus kopi yang semula tidak dimanfaatkan bisa menjadi bernilai tinggi dan kompetitif apabila nilai produknya di tigtatkan dengan keterampilan. Berikut adalah foto kegiatan pengabdian kepada masyarakat dikelurahan Kembangan yang telah kami laksanakan.



Gambar 2. Foto Kegiatan PKM di Kelurahan Kembangan Selatan, Jakarta Barat

## PEMBAHASAN

Pemanfaatan social media yang dihadapi mitra pengabdian kepada masyarakat yaitu UMKM yang ada di kelurahan Kembangan selatan terkait promosi secara onlone. Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan memaparkan tujuan dari diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan pihak mitra. Kegiatan ini bertujuan agar nantinya pihak mitra dapat lebih memanfaatkan social media yang dimiliki untuk lebih mengoptimalkan kegiatan usaha para UMKM yang dilakukan. Sehingga dengan memanfaatkan social media diharapkan kegiatan usaha yang dilakukan mampu meningkatkan keuntungan.

Faktor internal yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah keuangan, Sumber Daya Manusia (SDM), produksi, dan pemasaran, Terkait dengan SDM maka peningkatan pengetahuan karyawan, keahlian, kemampuan dalam penguasaan teknologi (literasi digital), pengalaman, perilaku, kebijaksanaan, kreativitas dan komitmen dalam pengembangan inovasi sangat penting dilakukan (Sopannah & Purnomowati, 2007). Faktor SDM berpengaruh penting dalam menjalankan kepengurusan dan pengelolaan badan usaha (UMKM), karena dengan adanya SDM (tenaga kerja, pelatihan dan pendidikan) maka badan usaha dapat menghasilkan profesionalitas karyawan. Inovasi berkaitan dengan gagasan membuat ide-ide baru yang sukses dan diwujudkan dalam menghasilkan produk dan layanan yang lebih nyata berdasarkan teknologi dan non-teknologi (Schachter, 2018). Pengertian Inovasi adalah proses sosial budaya yang kompleks yang melibatkan semua sumber pengetahuan untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan dan organisasi. Perusahaan yang mampu dalam mengadopsi teknologi untuk mengembangkan inovasi tidak mungkin dijalankan tanpa peranan sumber daya manusia (Sáenz and Aramburu, 2017).

Evaluasi terkait kegiatan pengabdian kepada Masyarakat diantaranya, untuk pelaksanaan diadakan lebih pagi, sasaran bidik kegiatan lebih di khususkan misalnya hanya untuk UMKM saja dan evaluasi dari peserta menyatakan kegiatan pengabdian masyarakat yang di adakan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana sudah sangat baik dan perlu diadakan secara kontinyu dan berkelanjutan.

Adapun evaluasi dari peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, yaitu Semoga acara wawasan/kegiatan pk mini terus berlanjut agar Masyarakat dapat mengetahui pentingnya kegiatan ini; sangat bermanfaat dan memuaskan; Semoga kedepannya ada lagi; Sangat baik sekali/bermanfaat; Apabila diadakan pelatihan harus ditindaklanjuti dengan Kemahiran untuk menunjang modal usaha rumahan; Sangat bermanfaat bagi kita terutama UMKM; Semoga kegiatan pengabdian Masyarakat tetap berjalan; Untuk kegiatan pengabdian masyarakat tetap dijalankan dan

semoga kegiatan pengabdian ini tetap berjalan seterusnya; Semoga kedepannya ada lagi; Semoga acara seperti ini ada lagi; Sangat bermanfaat dan memuaskan penjelasannya.

Keterkaitan pengabdian kepada masyarakat dengan kegiatan pembelajaran mata kuliah yaitu materi yang disampaikan berhubungan dengan mata kuliah Manajemen Pemasaran dan Manajemen Penjualan serta Perilaku Konsumen khususnya dengan topik promosi, dimana promosi dapat dilakukan secara offline dan online. Dalam promosi online dapat dilakukan melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter, blogger, youtube, serta dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kemarin menggunakan metode ceramah, sharing dan diskusi, sehingga terjadi transfer knowledge yang berlangsung secara dua arah.

Luaran dari pengabdian masyarakat ini, diantaranya publikasi di media masa, video kegiatan yang diupload di youtube LPPM kampus dan artikel di jurnal nasional. Untuk publikasi di mediamasa dan video dengan durasi 5 menit terkait kegiatan selama kegiatan pengabdian Masyarakat berlangsung telah selesai dan sudah di upload di youtube resmi kampus. Sedangkan untuk artikel dari jurnal nasional masih proses.

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Kembangan Selatan Jakarta Barat dapat berjalan dengan lancar. Peserta dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sangat antusias selama kegiatan sharing materi dari narasumber berlangsung. Materi yang di sharing oleh narasumber merupakan bagian dari mata kuliah yang diampu. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat dengan penyuluhan dengan memaparkan materi pemanfaatan social media diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuna dari peserta Pengabdian kepada Masyarakat di Kelurahan Kembangan Selatan.

## SARAN

Saran untuk Pengabdian Kepada Masyarakat diantaranya: peserta pengabdian kepada Masyarakat mengharakan ada keberlanjutan, sehingga materi yang di sharing oleh narasumber bisa memberikan Solusi bagi mitra yaitu ibu-ibu pelaku UMKM di Kelurahan Kembangan Selatan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kampus Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan dukungan financial terhadap pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. 2020. Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31.
- Awali, H., & Rohmah, F. 2020. Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- Damayanti; Bulan, Wahidah R. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*. ISBN : 978-602-73114-5-9 (online). ISBN : 978-602-73114-4-2 (Cetak).
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. 2022. Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Mahmud, Mulyani. 2022. Pemanfaatan Media Sosial & E-Commerce Guna Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi. *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi*. Volume 02, Nomor 01, Bulan November 2022. E-ISSN: 2808-8883. 20-28.
- Nurani, N., Eni Widhajati, Eni minarni, & Mukhamad Eldon. 2021. Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Janita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 45– 52.
- Pratiwi, T. A., & Bungin, H. M. B. (n.d.). Kebebasan Berpendapat Melalui Facebook Dan Twitter : Ramadhani, S. E. P., Supangkat, D. A., & Febrianita, R. 2022. Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Pada Masa Pandemi. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, Volume 3 N, 47–56.

- Rosmadi, M. L. N. 2021. Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Ekonomika*, 4(1), 122-127.
- Sáenz, Kianto, A., J., & Aramburu, N. 2017. Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*, 81, 11-20.
- Schachter, Edwards M. 2018. The nature and variety of innovation. *International Journal of Innovation Studies*, 2(2), 65-79.
- Sopannah & Purnomowati, W. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Malang. *Simposium Riset Ekonomi III*.