ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 3 (2) 2018: 373-377 http://jurnal.usu.ac.id/abdimas

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PELUANG USAHA KELOMPOK PEMUDA KARANG TARUNA DI KELURAHAN PULO BRAYAN BENGKEL MEDAN

Selwendri[1)], Onan Marakali Siregar[2)]

[1)]Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan
Email: selwendri@usu.ac.id
[2)]Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan
Email: onan@usu.ac.id

ABSTRAK

Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk mendapatkan peluang usaha dilaksanakan kepada kelompok pemuda karang taruna di kelurahan Pulo Brayan Bengkel Medan.Semakin mudahnya akses internet dan banyaknya aplikasi media sosial semakin memudahkan bagi kaum muda untuk aktif melakukan bisnis. Tujuan dari pengabdian ini melatih pemuda-pemuda yang bergabung di kelompok karang taruna untuk dapat melihat peluang bisnis melalui berbagai aplikasi media sosial yang biasa digunakan oleh kelompok pemuda. Metode yang dilakukan melalui diskusi interaktif, pelatihan ataupun penyuluhan serta melakukan praktikum sederhana dengan cara mengajak langsung peserta pelatihan untuk melakukan penjualan melalui sosial media. Hasil dari pengabdian ini adalah meningkatkan ketertarikan anggota di kelompok pemuda karang taruna terhadap bisnis dan semangat untuk memulai usaha dengan memanfaatkan sosial. Mulai muncul pemuda yang aktif untuk menekuni berbagai peluang usaha melalui media sosial.

Kata Kunci: **Media Sosial, Karang Taruna Kelurahan Pulo Brayan Bengkel, Peluang Usaha, kewirausahaan**

1. PENDAHULUAN

Perkembangan arus globalisasi yang terjadi saat ini, menyebabkan semakin meningkatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang membantu manusia bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif dan serba cepat. Perubahan gaya hidup yang lebih konsumtif dapat dilihat dari kecenderungan masyarakat dalam beraktivitas di dunia maya seperti berbelanja secara *online*. Teknologi yang semakin canggih mengakibatkan adanya perubahan pola pikir masyarakat yang cenderung tradisonalistik menjadi serba modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat ditandai dengan sudah semakin meluasnya penggunaan internet yang dapat diakses di seluruh dunia.

Internet merupakan salah satu akses yang dapat dimanfaatkan secara positif yang dapat memberikan keuntungan atau pendapatan bagi penggunanya dan dapat membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan kegiatan bisnis melalui media elektronik. Internet memberikan keuntungan bagi produsen dalam memperkenalkan produk baru kepada calon konsumen, memasarkan produknya secara cepat dan dapat meminimalisis biaya. Sedangkan bagi konsumen, internet mempermudah konsumen dalam

mendapatkan produk yang diinginkan dengan cepat, dapat menghemat waktu dan tenaga serta menimbulkan rasa senang dan nyaman.Teknologi, internet dan media sosial merupakan satu kesatuan yang saling terkait atau berhubungan dan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kalangan masyarakat saat ini.

Badan Pusat Statistik (BPS) bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat angka pertumbuhan pengguna internet di Indonesia hingga akhir tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunan Internet. Jika dibandingkan penggunana Internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikkan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016).

Peluang untuk menjalankan usaha online semakin terbuka, tidak hanya bagi pelaku bisnis, semua kalangan masyarakat dapat memanfaatkan peluang ini. Online shopping membuat konsumen semakin mudah berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan inilah membuat online shop semakin diminati.Melalui online shop pembeli dapat melihat berbagai produk yang ditawarkan melalui web yang dipromosikan oleh penjual. Online shopping memungkinkan kedua pembeli dan penjual untuk tidak bertatap muka secara langsung, sehingga hal ini memungkinkan penjual memiliki kesempatan mendapatkan pembeli dari luar negeri. Di awal tahun 2014, tren online shop semakin meningkat, karena lebih praktis dan lebih nyaman. Barang yang dibeli akan dikirim melalui jasa pengiriman barang setelah melakukan pembayaran di online shop atas barang yang dipesan melalui situs web yang telah disediakan para pedagang online shop tersebut.

Pemasaran produk online dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial menjadi tempat yang tepat untuk mempromosikan produk ke konsumen.Sosial media memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesamanya, pelanggan, dan calon pelanggan. Sosial media memberi identitas kepada brandatau merek yang dipasarkan dan membantu untuk menyebarkan pesan dengan cara yang santai dan komunikatif. Perusahaan dapat menggunakan sosial media sebagai media untuk mempromosikan produk mereka seperti menampilkan iklan,pemasaran langsung,promo, dan informasi produk. Penggunaan media sosial yang sebelumnya hanya ingin berkomunikasi dengan temannya di media sosial menjadi tahu akan informasi salah satu produk yang ditampilkan pada akun jejaring sosial mereka.

Masyarakat dapat memanfaatkan sosial media dalam kegiatan wirausaha. Sosial media menjadi perangkat atau alat pemasaran interaktif, pelayanan, membangun komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan, serta sebagai alat untuk menjual dan membeli produk secara online. Sosial media dapat diakses oleh siapapun, golongan masyarakat manapun, selama mereka mempunyai perangkat yang dapat digunakan untuk mengakses sosial media tersebut. Seluruh lapisan masyarakat dapat berwirausaha melalui media sosial, baik itu laki-laki, perempuan, tua, muda, pekerja, ibu rumah tangga, anak sekolah serta pengangguran sekalipun. Sosial media dapat dijadikan sebagai peluang bisnis bagi mereka yang ingin berwirausaha dan mendapatkan penghasilan. Maka dari itu, dilakukan penyuluhan tentang pemanfaatan media sosial sebagai peluang berwirausaha dikalangan sekolah menengah yang bertujuan untuk memberikan informasi tambahan kepada siswa-siswa sekolah menengah tentang nilai positif dari penggunaan sosial media.

Kelurahan Pulo Brayan Bengkel berada di Kecamatan Medan Timur yang berjarak 12 km dari Universitas Sumatera Utara yang dapat ditempuh 45 menit.

ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 3 (2) 2018: 373-377 http://jurnal.usu.ac.id/abdimas

Jumlah penduduk Kelurahan Pulo Brayan Bengkel sampai tahun 2017 berjumlah 12.659 yang terdiri dari 6.362 jumlah penduduk laki-laki dan 6.297 jumlah penduduk perempuan. Kelurahan Pulo Brayan Bengkel terdiri dari 11 (sebelas) lingkungan.

Mata pencaharian utama bagi masyarakat yanga ada di Kelurahan Pulo Brayan Bengkel adalah pegawai, buruh, pedagang, PNS, dan TNI/POLRI. Jumlah penduduk di kelurahan yang menerima raskin berjumlah 553 kepala keluarga, menerima kartu medan sehat berjumlah 2.248 kepala keluarga, dan menerima Jamkesmas berjumlah 639 kepala keluarga.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan bahwa banyak pemuda yang tidak mengetahui bahwa melaui sosial media banyak manfaat yang dapat diperoleh. Selain bisa bersosialisasi pemuda yang tergabung dalam kelompok karang taruna dapat mencari peluang usaha dengan menjadi penjual. Dengan pengetahuan bagaiamana teknik menjual melalui sosial media maka akan mudah bagi kelompok pemuda tersebut untuk memulai usaha untuk menghasilkan uang. Apalagi banyak produsen-produsen yang menawarkan untuk menjadi reseller bagi pengguna sosial media.

Permasalahan mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut kurangnya minat para pemuda dalam berwirausaha karena masih berpikiran bekerja kepada orang lain adalah pilihan terbaik dibandingkan memiliki usaha sendiri dan kurangnya informasi atau pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial sebagai peluang usaha. Gadget sebagai alat untuk melakukan kegiatan sosial media lebih banyak digunakan untuk *chatting* dengan teman-teman ataupun main game

2. METODE PENGABDIAN

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka diperlukan metode kegiatan yang dapat menunjang tercapainya kegiatan. Adapun metode yang digunakan dalam melaksanakan pengabdian masyarakat ini yaitu mencakup:

1. Penyuluhan dengan memberikan pemahaman kepada peserta kelompok karang taruna mengenai kewirausahaan.
2. Diskusi interaktif dengan tanya jawab antara peserta dan instruktur
3. Praktikum sederhana pengaplikasian tentang kewirausahaan dengan mengajak peserta terlibat langsung atau mempraktekkan pembuatan akun penjualan online di facebook dan instagram dan memulai untuk menawarkan produk di sosial media ataupun melakukan pembelian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang ibM pemanfaatan media sosial sebagai peluang usaha kelompok pemuda karang taruna di kelurahan pulo brayan bengkel kecamatan medan timur kota Medan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi rendahnya minat para pemuda karang taruna berusaha
   a. Kondisi Awal
      Pemuda yang bergabung dalam kelompok karang taruna banyak menghabiskan waktu berkumpul sekedar bercerita ataupun membahas keikutsertaan dalam kepanitiaan acara-acara seperti perayaan hari kemerdekaan RI ataupun kegiatan-kegiatan keagamaan.
   b. Kondisi Akhir
      Setelah dilakukannya sosialisasi muncul ketertarikan ataupun minat untuk mencari peluang usaha. Tim Pengabdian memperlihatkan data-data perkembangan banyaknya pemuda yang memiliki usaha. Diberikan contoh-contoh mahasiswa dari Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang terjun dalam bisnis.

Mahasiswanya langsung menceritakan pengalaman mulai dari perencanaan sampai terjun dan bertahan dalam bisnis yang dilakukan. Dalam sesi diskusi banyak sekali pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan oleh peserta kepada mahasiswa yang menjelaskan pengalamannya dimulai dari berapa modal yang dikeluarkan, kesulitan yang dihadapi dan kiat-kiat ataupun strategi untuk memiliki usaha sendiri.

2. Identifikasi kurangnya informasi atau pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial sebagai peluang usaha.
   a. Kondisi Awal
      Dalam wawancara kepada anggota karang taruna diperoleh informasi bahwa gadget yang sehari-hari digunakan hanya untuk melakukan chatting ataupun main game.
   b. Kondisi Akhir
      Salah satu pembicara pada kegiatan pengabdian yang masih berstatus mahasiswa menjelaskan berapa penghasilan yang diperoleh dari berbisnis melalui sosial media membuat peserta sangat tertarik untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan sosial media untuk menghasilkan keuntungan. Tidak perlu memproduksi barang yang akan dijual, tidak perlu memiliki toko, tidak perlu memiliki modal. Cukup menjadi reseller sudah bisa menghasilkan keuntungan. Saat ini sudah ada beberapa dari anggota karang taruna yang aktif dalam pemanfaatan media sosial untuk berbisnis dan mendapatkan keuntungan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat mengenai pemberdayaan kelompok pemuda karang taruna di Kelurahan Pulo Brayan Bengkel dapat disimpulkan:

1. Peserta pelatihan memiliki antusias yang sangat tinggi untuk memiliki keterampilan dalam menjalankan bisnis online melalalui media sosial Facebook dan Instagram
2. Pemanfaatan media sosial sebagai kegiatan yang produktif bagi pemuda yang bergabung dalam karang taruna untuk menghasilkan keuntungan. Pemuda menjadi lebih aktif dan tertarik mengikuti perkembangan bisnis online.

5. SARAN

1. Pihak Kelurahan dan Karang Taruna perlu menunjuk penanggung jawab untuk tindak lanjut dari kegiatan pengabdian yang berjudul pemanfaatanf media sosial sebagai peluang usaha kelompok pemuda karang taruna di kelurahan pulo brayan bengkel. Penanggung jawab untuk memantau anggota karang taruna untuk terus aktif menggunakan media sosial untuk menghasilkan keuntungan dan tidak hanya menggunakan media sosial untuk chatting dan main game saja.
2. Kelurahan Pulo Brayan Bengkel memfasilitasi kelompok pemuda karang taruna dengan membuat pertemuan dengan warga di wilayah kelurahan yang memiliki bisnis makanan atau jasa untuk membuka kesempatan peluang usaha dengan melibatkan karang taruna sebagai *reseller* melalui sosial media untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan telah dapat diselesaikan dengan dan didapat hasil yang diharapkan dapat diadopsi oleh masyarakat. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim peneliti banyak mendapat bantuan dari bebagai kalangan, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana. Sehubungan dengan hal tersebut, tim peneliti mengucapkan terima

kasih kepada LPPM USU yang telah membiayai kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

A.B. Susanto. 2009. "*Leadpreneurship*", Jakarta : Esensi, divisi Penerbit Erlangga,

Alma,Buchari.2010."*Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*". Bandung :Alfabeta.

Setiadi, N.J , 2003, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* Prenada Media Group, Jakarta

Tito siswanto, 2013, *Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah,*Jurnal Liquidity, vol 2, no 1, 80-86

Manumpil, B dkk. 2015. "Hubungan penggunaan gadget dengan tingkat prestasi siswa di SMA Negeri 9 Manado". ejournal.unsrat.ac.id

Priyanto, Sony heru. *"Mengembangkan Pendidikan Kewirausahaan di Masyarakat".* 01 oktober 2015. http://www.andragogia.p2pnfisemarang.org/wpcontent/uploads/2010/11 ndragogia1_4.pdf

Situmorang, Jr. 2012. "Pemanfaatan internet sebagai new media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan, sosial dan budaya.". Journal.unpar.ac.id