



Utilization of Social Media and Online Shop Applications to Increase the Income of Traders Around Lake Toba

Wardiyah Daulay¹, Mahnum Lailan Nasution², Juliati Boru Tarigan³

^{1,2,3}[Fakultas Keperawatan, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia]

Abstract. Trading has traditionally experienced a decline in sales turnover. For this reason, other efforts are needed to increase sales by utilizing social media and online shop applications. One of the things that support tourism income is the sale of souvenirs typical of Lake Toba. Unfortunately, from the survey results, the sellers are only limited to selling goods in the store without exposing the goods they sell to the internet. So it is necessary to increase the knowledge of traders to help through community service activities to improve the economic status of the community and region. Problem solving can be done by creating a platform as a promotional platform by utilizing social media, namely Instagram. The output of the service is in the form of increased sales, activity videos and the Tiraya platform on Instagram.

Keyword: Online Shop Application, Salary, Seller

Abstrak. Perdagangan secara tradisional mengalami penurunan omset penjualan. Untuk itu diperlukan usaha lain untuk meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi onlineshop. Salah satu yang menjadi penyokong pendapatan pariwisata adalah penjualan souvenir khas danau toba. Sayangnya, dari hasil survey, para penjual hanya sebatas menjual barang yang ada di toko tanpa mengekspos barang-barang jualan ke internet. Maka perlu ditingkatkan pengetahuan pedagang untuk membantu melalui kegiatan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan derajat perekonomian masyarakat dan daerah. Penyelesaian masalah yang dapat dilakukan dengan menciptakan platform sebagai wadahpromosi dengan memanfaatkan media sosial yaitu instagram. Luaran hasil pengabdian berupa peningkatan penjualan, video kegiatan dan platform tiraya di instagram.

Kata Kunci: Aplikasi Online Shop, Pendapatan, Pedagang

Received 15 March 2022 | Revised 18 March 2022 | Accepted 05 April 2022

1. Pendahuluan

Kelurahan Tiga Raja merupakan salah satu kelurahan di Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara yang memiliki 2.274 jiwa. Secara umum kawasan Kelurahan Tiga Raja berada di sekitaran Danau Toba merupakan pusat wisata yang menjadi tujuan wisatawan baik lokal maupun wisatawan asing. Masyarakat di sekitaran Danau Toba ini memiliki mata pencaharian,

*Corresponding author at: Fakultas Keperawatan, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

E-mail address: wardiyah.daulay@usu.ac.id

yakni 75% penghasilan dari pariwisata, 20% dari bertani, dan 5% dari nelayan. Kelurahan Tiga Raja berada persis di pusat wisata Danau Toba yang merupakan wilayah wisata dan pendapatan masyarakat didapat dari berdagang. Perdagangan merupakan aktivitas yang dapat dikembangkan menjadi potensi daerah sehingga dapat meningkatkan derajat perekonomian daerah terutama meningkatkan perekonomian masyarakat.

Saat ini, perdagangan secara tradisional mengalami penurunan omset penjualan. Untuk itu diperlukan usaha lain untuk meningkatkan penjualan. Salah satu usahayang dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi onlineshop. Asia Social Commerce Report menunjukkan Instagram dan Facebook menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh para pedagang di Indonesia untuk mempromosikan bisnisnya. Pesatnya pertumbuhan jumlah pengguna smartphone dan penetrasi internet merupakan dua faktor yang mendukung perkembangan perdagangan berbasis media sosial atau social commerce ini [1]

Studi tersebut memperkirakan, jumlah pengguna media sosial di Asia pada 2018 akan melampaui 1 miliar pengguna, tumbuh hampir dua kali lipat dibandingkan 2012. Kepemilikan telepon pintar mencapai 88% dari penduduk sedangkan akses internet sudah dinikmati oleh 92% penduduk. Perdagangan berbasis media sosial ini memungkinkan adanya rekomendasi dari teman dan ulasan dari konsumen lainnya yang pada akhirnya memengaruhi keputusan calon konsumen untuk membeli. Perdagangan berbasis media sosial juga memberikan kemudahan bagi pedagang untuk meraih komunitas yang lebih besar di luar komunitasnya sendiri. Pedagang Indonesia menempati urutan pertama di Asia sebagai pengguna Instagram dengan 72% responden, disusul Filipina sebanyak 56% responden, dan Hong Kong 50% responden.

Selain itu, promosi dapat menjadi suatu program yang sangat diperlukan dalam mengembangkan produk wisata. Mengingat daerah Simalungun identik dengan objekwisata yang ada di daerah tersebut. Dengan adanya promosi wisata, maka wisata khususnya produk kerajinan wisata yang ada di Kelurahan Tiga Raja akan lebih dikenal oleh khalayak umum, apalagi saat ini promosi wisata sudah dapat dikerjakan melalui media sosial. Promosi wisata akan membawa pengaruh penting bagi pengembangan pariwisata itu sendiri sehingga bisa meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar objek wisata. Sesuai dengan tema dan pemanfaatan era digital sehingga lebih memudahkan akses dalam pengenalan produk wisata.

Salah satu yang menjadi penyokong pendapatan pariwisata adalah penjualan souvenir khas danau toba. Di kelurahan Tiga Raja ada lebih dari 50 toko yang menjual souvenir. Sayangnya, dari hasil survey, para penjual hanya sebatas menjual barang yang ada di toko tanpa mengekspos barang-barang jualan ke internet. Padahal, di era 4.0 penggunaan internet bukan lagi hal yang asing dan masuk kedalam kebutuhan. Sehingga, para pedagang souvenir kebanyakan masih mengharapkan kedatangan turis yang langsung berbelanja di toko.

Maka dari permasalahan-permasalahan diatas perlu ditingkatkan pengetahuan pedagang untuk menangani dan membantu dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi saat ini, melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat di Kelurahan Tiga Raja Kecamatan Girsang Bolon Kabupaten Simalungun diharapkan dapat memberdayakan potensi wilayah serta masyarakat, yang berguna untuk meningkatkan derajat perekonomian masyarakat dan daerah. Penyelesaian masalah yang dapat dilakukan dengan menciptakan *platform* sebagai wadah promosi dengan memanfaatkan media sosial yaitu instagram.

Potensi daerah Tigaraja baik dari segi Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) cukup baik. Untuk itu dibutuhkan peningkatan informasi mengenai media social untuk meningkatkan SDM tersebut. Salah satunya melalui *platform* dengan memanfaatkan media sosial yaitu *Instagram*. Platform ini digunakan sebagai wadah promosi kepada masyarakat luas agar souvenir khas batak yang ada di Tigaraja lebih banyak diminati. Selain itu, *platform* ini diharapkan mampu menjadi solusi bagi masyarakat dalam melihat barang apa saja yang dijual di kios-kios pedagang di Tiga Raja.

Solusi yang tepat untuk permasalahan ini adalah Pemanfaatan Media Sosial Dan Aplikasi Onlineshop Untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang Sekitar Danau Toba. Merupakan kegiatan dari pemanfaatan era digital dengan melakukan perdagangan secara online sehingga barang dan jasa masyarakat dapat dikenal oleh khalayak ramai. Adapun target dari program ini yaitu ibu – ibu PKK Kelurahan Tiga Raja dan masyarakat Tiga Raja yang memiliki Usaha Kecil Menengah.

Sosialisasi pemasaran di era digital merupakan realisasi pengabdian masyarakat dalam menyongsong Revolusi Industri 4.0. Kegiatan ini dilakukan dengan memanfaatkan media sosial diantaranya Instagram dan Shopee sebagai platform promosi penjualan demi meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Sasaran dari program ini, yaitu masyarakat yang memiliki toko souvenir khas batak agar produk yang ada di Tiga Raja lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luar daerah.

Adapun target luaran dari *platform* ini adalah mampu menjadi katalog atau wadah promosi yang benar-benar bisa digunakan untuk berbelanja di Tiga Raja. Adanya pencantuman harga dan nomor handphone para pedagang di Tiga Raja mampu menjadi solusi berkelanjutan jika ada masyarakat luar yang berminat untuk membeli produk yang ada di Tiga Raja dan di pesan *online*. Sehingga, para pedagang tidak hanya mendapatkan pembeli yang datang langsung ke toko, namun juga ada peminat dari luar daerah. Target dari program ini adalah membuat, menginput, dan membantu menjualkan beberapa produk yang ada di Tigaraja. Program ini menjadi bukti jejak digital, yaitu akun-akun masyarakat yang telah masuk kedalam platform sebagai ajang promosi seperti instagram.

2. Metode Pelaksanaan

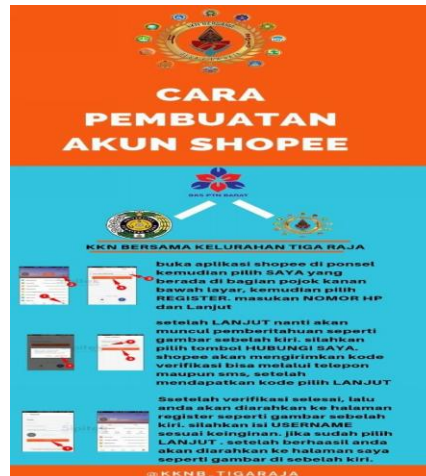
Program dari Pemasaran di Era Digital dilaksanakan dengan metode sosialisasi kepada para pedagang souvenir di Kelurahan Kelurahan Tiga Raja. Pelaksanaan sosialisasi dilakukan langsung menggunakan metode *door-to-door* (dari pintu ke pintu) setiap pemilik toko souvenir yang tersebar di wilayah Kelurahan Tiga Raja. Metode ini dilakukan karena tiga alasan, yaitu sulitnya mengumpulkan masyarakat sekitar dalam satu tempat dan waktu dikarenakan kegiatan jual beli, masyarakat bisa lebih mudah mengerti karena langsung dijelaskan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan bisa langsung mendata harga serta barang yang akan dipromosikan di akun sosial media. Sosialisasi ini juga disertai dengan pembagian brosur yang berisi penjelasan cara pembuatan akun instagram, cara upload foto ke instagram, dan pembuatan akun shopee. Terakhir, sebagai kenang-kenangan, dibagikan gelas yang dihiasi pita merah putih kepada setiap toko yang didatangi.

Pemanfaatan media sosial sebagai wadah promosi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pembuatan *platform* baru. Adapun metode dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah *door-to-door* dengan konsep:

1. Tim langsung turun ke lapangan mendatangi kios-kios untuk survey nama toko, barang dagangan, serta harga.
2. Tim sosialisasi membuat brosur untuk dibagikan dengan tiga penjelasan yaitu bagaimana cara membuat akun Instagram, posting foto di Instagram, hingga membuat akun Shopee.
3. Tim sosialisasi menyiapkan souvenir untuk setiap yang didatangi ketika sosialisasi sebagai kenang-kenangan kepada para pedagang.
4. Selanjutnya, tim sosialisasi membagi tiga arah jalan kios agar seluruh pedagang yang ada di Tigaraja bisa mendapatkan materi sosialisasi.
5. Tim mendatangi kios souvenir untuk langsung mengambil gambar barang, mencatat harga barang, serta diposting di akun media sosial @tiraya.id_ yang menjadi *platform* khusus pemasaran.
6. Khusus untuk menarik perhatian pengguna media sosial, tim melakukan *giveaway* dengan membagikan beberapa barang secara gratis bagi siapa saja yang memenuhi syarat.
7. Jika ada pemesanan langsung melalui *platform*, salah satu anggota tim sosialisasi, akan langsung mengkonfirmasi kepada para pedagang dan membantu untuk mendistribusikan barang kepada para pembeli.

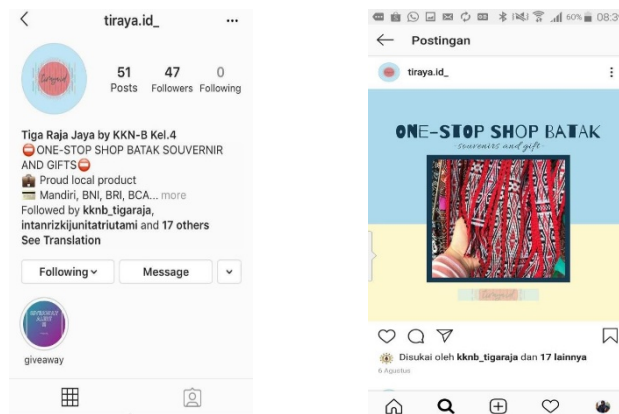
3. Hasil dan Pembahasan

Melalui metode yang diterapkan, hasil yang didapatkan dari program ini yaitu brosur sosialisasi tentang cara pembuatan akun shopee. Berikut brosur cara pembuatan akun shopee yang telah dibuat.

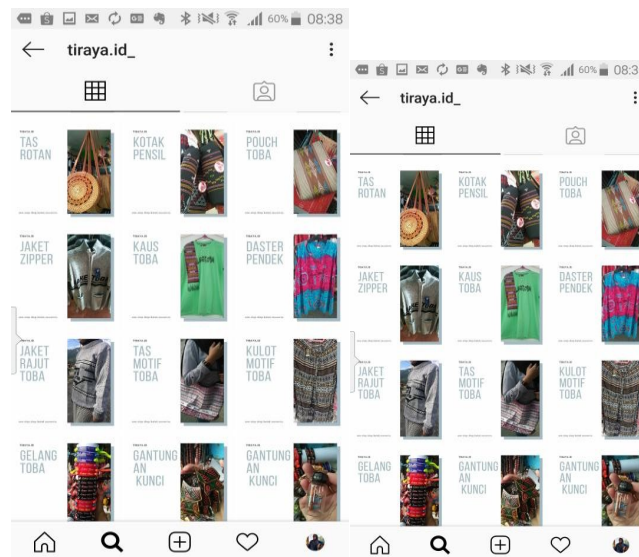


Gambar 1. Brosur Cara Pembuatan Akun Shopee

Adanya platform baru yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk berbelanja sekaligus meningkatkan pendapatan para penjual souvenir di Tiga Raja.

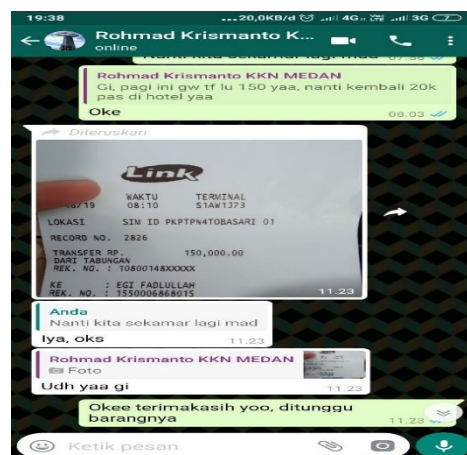


Gambar 2. Screenshot Platform Tiraya (Tiga Raja Raya)



Gambar 3. Screenshot Platform Tiraya (Tiga Raja Raya)

Adanya penambahan pendapatan kepada masyarakat melalui pesanan-pesanan yang secara khusus dipesan melalui *platform* @tiraya.id_



Gambar 4. Screenshot Bukti Penjualan melalui platform

4. Kesimpulan

Penyelesaian masalah dapat dilakukan dengan menciptakan *platform* sebagai wadahpromosi dengan memanfaatkan media sosial yaitu instagram. Pemanfaatan media sosial berhasil mengenalkan produk ke khalayak ramai dan peningkatan penjualan sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang.

5. Ucapan Terimakasih

Pengabdian ini merupakan pengabdian Dosen Pembimbing Lapangan Kuliah Kerja Nyata yang didanai oleh Non PNBPU USU Tahun 2019. Untuk itu tim pengabdian menyampaikan terima kasih yang setulusnya kepada yang terhormat Rektor Universitas Sumatera Utara, Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Sumatera Utara dan Ketua KKN USU 2019.

REFERENCES

- [1] Widowati, H (2018). Pedagang Indonesia Paling Banyak Manfaatkan Instagram dan Facebook" , diambil dari <https://katadata.co.id/berita/2018/09/24/pedagang-indonesia-paling-banyak-manfaatkan-instagram-dan-facebook>, pada tanggal 20 Agustus 2019
- [2] Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM) Universitas Sumatera Utara. LPPM USU