

Perkembangan Online Shop di Media Sosial Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Desa Pasir Madang Kecamatan Sukajaya kabupaten Bogor Jawa Barat

Fauziah¹, Ari Soetiyani², Lukiyana³, Adi Alimin⁴, Ade Irma⁵

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

^{2,3,4,5}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

* fauziah_yanis@yahoo.com

ABSTRAK

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat di Desa Pasir Madang Kecamatan Sukajaya Bogor khususnya siswa SMPS mengenai perkembangan *online shop* di media sosial, mulai dari cara mengakses, menggunakan serta memanfaatkan *online shop* untuk menambah pemahaman, pengetahuan dan berbisnis secara online. Media online yang biasa banyak mengekspose *online shop* adalah instagram, facebook, Twitter. Sehingga masyarakat Desa Pasir Madang memiliki nilai tambah baik dari segi pengetahuan teknologi komunikasi secara keilmuan maupun secara praktis. Metodologi yang dipergunakan adalah sosialisasi dan pelatihan dengan simulasi sebagai alat supaya peserta dapat lebih memahami dan mempraktekan teknologi komunikasi secara positif dan tepat guna. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan perkembangan *online shop* di media sosial untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan siswa SMPS Pasir Madang Di Kecamatan Sukajaya Kabupaten Bogor Jawa Barat yang dilakukan oleh Dosen Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, telah dilaksanakan dengan baik dan dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dapat dilihat dari aktifnya peserta yang ikut acara penyuluhan dan pelatihan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan peserta sosialisasi. Selain itu memberikan beberapa arahan, cara untuk memanfaatkan *online shop* itu sendiri seperti bagaimana menggunakan akun media sosial dan berbelanja online di media sosial yang bijak sesuai dengan kebutuhan dan memanfaatkan *online shop* untuk menambah uang saku siswa SMPS Pasir Madang.

Kata Kunci: Perkembangan Online Shop, Media Sosial

ABSTRACT

The implementation of socialization activities and online shop development training on social media to increase students' understanding and knowledge of Pasir Madang SMPS Students in Sukajaya District, Bogor, West Java, conducted by a Lecturer of University of August 17, 1945 Jakarta, has been carried out well and can run smoothly. This can be seen from the active participants who participated in counseling and training events with many questions raised by participants in the socialization. The socialization activities regarding the development of online shop on social media is to provide an explanation and description of how to use online shop on social media that is good and efficient. In addition to providing some direction, ways to utilize the online shop itself such as how to use social media accounts and shop online on social media wisely as needed and use the online shop to add pocket money to students of MPS Pasir Madang.

Keywords: Increased of Online Shop, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan *online shop* atau toko *online* melalui media sosial yaitu *instagram*, *bbm*, *whats app*, *facebook*, *twiter*, dan lain-lain, bahkan sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh masyarakat. Banyaknya kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan toko online sebagai salah satu “ tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual toko online yang berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana berbelanja online sedang saat ini diminati oleh masyarakat saat ini. Menjamurnya toko online membuka peluang usaha dalam bidang produk fashion di internet yang banyak membidik remaja sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis toko online selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.

Perkembangan bisnis melalui media sosial semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di dunia terutama di Indonesia. Media sosial telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media sosial penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Bahkan masyarakat yang tinggal jauh dari kota pun dapat memanfaatkan fasilitas internet ini. Disamping kemudahan dalam mencari informasi tentang produk, harga , pemilihan atau ketersediaan produk, kesenangan , layanan konsumen, dan pemilihan pengecer yang luas merupakan alasan konsumen memilih berbelanja online.

Belanja online merupakan kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media Internet. Belanja online diklasifikasikan sebagai transaksi *e-commerce Business to Consumer* (B2C) (Turban et. al, 2004). Dengan menjamurnya usaha dagang online yang merebak di Indonesia, ditambah kecanggihan teknologi yang menggabungkan *platform online* dan layanan jasa maupun produk tentu saja mendatangkan banyak keuntungan dan kerugian baik dari pihak produsen, distributor maupun konsumen.

Menurut Harisno dan Tri Pujadi, *e-commerce* atau *online shop* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik, dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi secara elektronik. (Pujadi, 2009 : 67)

Konsumen yang cenderung menyukai berbelanja di toko online menggunakan media sosial seperti *instagram*, *bbm*, *facebook*, *whats app*, dan lain-lain, karena sangat mudah dalam melakukan perbelanjaan, dengan hanya membuka akun mereka masing-masing di gadget atau hp untuk melihat toko online, mereka berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk dijual kembali. (Fauziah,2018)

Jadi media sosial adalah sarana efektif dalam membuka online shop dan berjualan, karena produk yang dipublikasikan atau diupload bisa dilihat oleh siapa saja, bahkan semua orang di dunia bisa melihat sehingga jangkauan promosi berjualan melalui online shop bisa semakin luas. Kebanyakan konsumen menyukai berbelanja di online shop untuk melihat barang yang dijual dan membelinya, selain karena sangat mudah dengan hanya membuka media sosial miliknya juga konsumen dapat melihat-melihat online shop yang memposting banyak produk seperti baju, sepatu, rok, celana, jam, dan lain-lain.

Online shop juga banyak menyediakan produk fashion untuk kalangan remaja hingga dewasa, ada juga yang dinamakan *reseller* atau orang yang berbelanja di online shop untuk dijual kembali dan mengambil keuntungan dari hasil penjualan barang-barang tersebut. Juga tidak terlepas dari konsumen-konsumen setia online shop yang berbelanja lebih dari satu kali. Online shop memiliki pelayanan yang bertujuan untuk memberi kenyamanan dan kepuasan konsumen. Salah satu cara yang digunakan penjual

online shop untuk mempertahankan konsumen setia adalah dengan mendapatkan kepercayaan konsumen melalui kejujuran.

Saat ini online shop menggunakan media sosial seperti instagram yaitu sosial media berbagi foto yang mulai banyak dipergunakan untuk kepentingan komunikasi pemasaran, konsumen dapat melihat produk-produk apa yang terbaru. Media sosial facebook sebagai jejaring media sosial yang sangat populer dan sangat luas jangkauannya, dimanfaatkan para pelaku online shop untuk memasarkan produknya di media sosial tersebut.

Ciri-ciri media sosial yaitu pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui sms ataupun internet, pesan yang disampaikan bebas, dan pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media lainnya. Selain itu, media sosial dapat mempengaruhi perubahan gaya hidup seseorang dalam berbelanja, karena kebutuhan yang akan dibeli lebih mudah prosesnya melalui online shop dan barang yang telah kita pesan bisa langsung dikirim, oleh karena itu banyak pengguna media sosial sebagai alat untuk membuka *online shop*.

Cakupan belanja melalui online lebih luas, bahkan kita bisa membeli barang dari luar kota atau luar negeri dan harga barang-barang yang dijual ditoko online biasanya lebih murah dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di toko-toko. Hal ini dikarenakan online shop tidak membutuhkan biaya sewa toko. Adapun kemudahan dalam berbelanja online yaitu, memilih produk, bayar kemudian tunggu sampai barang tiba, selain hemat tenaga belanja online tidak mengharuskan mondar-mandir atau bolak balik memilih produk yang diinginkan, belanja sambil duduk santai dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa harus mendatangi toko tersebut, memiliki banyak pilihan beragam produk dan harga produk lebih murah.

Sistem pembayaran belanja online lewat online shop juga memberikan kemudahan dalam membayar, bisa transfer rekening dan tanpa bayar ongkos kirim. Konsumen tidak perlu khawatir dengan produk, semua dikirim sesuai alamat konsumen dan tanpa ongkos kirim. Online shop biasanya dilengkapi dengan fitur yang akan memudahkan penjual untuk melihat laporan transaksi dalam jangka waktu tertentu. Informasi tersebut bisa dimanfaatkan untuk melihat kebiasaan pembelian pelanggan, sehingga toko online bisa menyesuaikan dengan kebutuhan pembeli.

Keuntungan dalam berdagang online shop di media sosial, pertama modal promosi yang relatif kecil untuk membangun bisnis. Artinya setiap calon pengusaha berpeluang menjadi pengusaha tanpa dibatasi kendala lokasi dimana dia berada sehingga transaksi yang sulit dilakukan sekalipun dapat terjadi. Biaya yang terbesar untuk membangun bisnis online adalah dalam penyiapan produknya dan membangun web penjualan atau toko online. Kedua hal tersebut pun dapat diminimalkan. Untuk membangun sebuah barang dan jasa di produk yang akan promosikan dan dijual maka dapat meminimalkan biayanya.

Kedua biaya operasional yang rendah dengan yang dimaksud demikian adalah tidak harus menyewa tempat atau toko untuk membangun bisnis anda. Pembuatan toko online jauh lebih mudah dan praktis dari pada menyewa sebuah bangunan untuk suatu toko. Toko online yang dimaksud tidak perlu dijaga dan layanan terhadap pembeli dapat otomatisasi dengan penambahan fitur pada toko online.

Ketiga kemudahan dalam bertransaksi melalui berdagang online maka pembeli merasa dilayani karena ditunjang oleh sistem otomatis secara online. Konsumen dengan mudah mentransfer melalui ATM.

Keempat sistem promosi yang mudah dan murah, promosi secara online lewat forum diskusi praktis hanya membutuhkan kemampuan produsen dalam menulis materi

promosi yang menjual dan biaya akses internet dengan tampilan unik dan menarik sehingga pembeli ingin berbelanja di toko online.

Desa Pasir Madang merupakan salah satu desa di Kecamatan Sukajaya Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat, yang berada di kawasan Taman Nasional Gunung Halimun Salak ini menyimpan sejuta pesona alam yang sangat layak menjadi destinasi wisata. Hal ini yang kemudian menjadi wilayah yang banyak dikunjungi pengunjung dari wilayah Bogor maupun luar daerah.

Manfaat potensi lokal yaitu keindahan alam, pertanian dan kebudayaannya. Masyarakat desa Pasir Madang masih menganut paham kepercayaan pada kesepuhan Halimun di tiga Kabupaten. Hal ini telah menjadi sumber perilaku antara masyarakat Desa Pasir Madang terhadap adat istiadat yang sampai saat ini masih dipegang teguh dan mempengaruhi pola perilaku sehari-hari, baik dari gaya arsitektur pada pembangunan rumah dan cara bersosialisasi serta cara berpikir masyarakat dalam kesehariannya.

Tujuan yang diharapkan dengan adanya kegiatan sosialisasi dan penyuluhan mengenai pemanfaatan online shop di media sosial ini khususnya untuk siswa SMP di masyarakat Desa Pasir Madang adalah agar dapat mengetahui dan menggunakan internet sebagai media massa baru kekinian yang dapat digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat dan berdaya guna.

Adapun kegunaan kegiatan ini agar masyarakat di Desa Pasir Madang lebih memahami bagaimana cara menggunakan dan memanfaatkan teknologi komunikasi. Sedangkan sasaran kegiatan ini ditujukan khususnya untuk siswa SMPS di Desa Pasir Madang agar dapat memanfaatkan media sosial sebaik dan sebijak mungkin khususnya dalam belanja melalui online selain untuk meningkatkan pengetahuan mengenai perkembangan teknologi komunikasi. Dimana, pada era masyarakat informasi yang menjadikan informasi sebagai komoditas yang bernilai menjadikan para pemilik usaha toko online melebarkan sayapnya untuk mengembangkan usahanya berjualan di media sosial, seperti instagram, BBM, WhatsApp, Facebook, dan lainnya. Para konsumen yaitu siswa SMPS Pasir Madang hanya membuka akun mereka masing-masing untuk melihat toko online dan hingga saat ini telah memiliki banyak konsumen yang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk dijual kembali.

METODE

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini terbagi dalam dua kegiatan, yaitu penyuluhan dan pelatihan. Adapun uraian dua kegiatan tersebut sebagai berikut:

- a. Program sosialisasi perkembangan online shop di media sosial untuk meningkatkan pengetahuan khususnya siswa SMP di desa Pasir Madang dilaksanakan dalam dua kali pertemuan. Setiap pertemuan dilaksanakan selama satu jam efektif.
- b. Program pelatihan pemanfaatan online shop di media sosial untuk peningkatan pengetahuan siswa SMP di Pasir Madang yang terkait dengan mata pelajaran teknologi informatika dan *e-commerce*.

Partisipasi mitra didalam kegiatan penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan perkembangan online shop di media sosial untuk meningkatkan pengetahuan siswa SMP di Pasir Madang yaitu dengan menyediakan fasilitas tempat untuk pelaksanaan kegiatan yaitu di Aula Kantor Desa Pasir Madang dan balai pertemuan Desa Pasir Madang. Istrumen yang digunakan pada program pengabdian kepada masyarakat ini meliputi; (1) sound system, (2) kursi, (3) LCD Proyektor, (4) kamera dan lain-lain.

Tempat dan Waktu

Lokasi kegiatan adalah di Desa Pasir Madang Kecamatan Sukajaya Kabupaten Bogor Jawa Barat. Waktu pelaksanaan sejak mulai persiapan dari bulan Mei sampai dengan pelaksanaan mulai tanggal 27-28 Agustus 2019.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam sosialisasi dan pelatihan adalah siswa SMPS di Desa Pasir Madang kelas VIII Kecamatan Sukajaya Kabupaten Bogor Jawa Barat.

Metode Pengabdian

Metode pengabdian yang dilakukan adalah sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan selama 2 hari secara efektif.

Indikator Keberhasilan

Siswa SMPS Pasir madang dapat memahami dan memanfaatkan online shop di media sosial untuk hal-hal yang positif dan berdaya guna serta mengetahui perkembangan teknologi komunikasi e-commerce secara umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan 1

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan perkembangan online shop di media sosial untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan siswa SMPS Pasir Madang Di Kecamatan Sukajaya Kabupaten Bogor Jawa Barat yang dilakukan oleh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, telah dilaksanakan dengan baik dan dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dapat dilihat dari aktifnya peserta yang ikut acara penyuluhan dan pelatihan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan peserta sosialisasi.

Adapun kegiatan sosialisasi mengenai perkembangan online shop di media sosial yaitu dengan memberikan penjelasan dan gambaran bagaimana memanfaatkan online shop di media sosial yang baik dan berdaya guna. Selain itu memberikan beberapa arahan, cara untuk memanfaatkan online shop itu sendiri seperti bagaimana menggunakan akun media sosial dan berbelanja online di media sosial yang bijak sesuai dengan kebutuhan dan memanfaatkan online shop untuk menambah uang saku siswa SMPS Pasir Madang.

Dengan adanya sosialisasi dan pelatihan ini diharapkan kedepannya siswa SMPS Pasir madang dapat memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi e-commerce khususnya online shop yang ada di media sosial seperti facebook, Instagram, whatsapp, Line dan sebagainya. Jadi setiap siswa SMPS Pasir Madang selain dapat mendapatkan wawasan pengetahuan mengenai perkembangan online shop di media sosial juga dapat mendapatkan penghasilan tambahan dari berjualan melalui online.

Peserta sosialisasi dan penyuluhan sudah memahami perlunya pemanfaatan online shop di media sosial untuk meningkatkan pengetahuan siswa SMPS Pasir Madang. Saat diadakan sosialisasi langsung dengan contoh-contoh yang disesuaikan yang dialami oleh peserta, mereka dapat memahami dan mempraktekannya dalam simulasi. Sekurangnya masih perlu adanya sosialisasi dan pelatihan berkelanjutan dan peninjauan ulang ke lokasi, guna memastikan bahwa siswa SMPS Pasir Madang dapat memanfaatkan media sosial sesuai dengan materi yang telah diberikan dalam pelatihan.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Abdimas di SMPS Pasir Madang Kecamatan Sukajaya Kabupaten Bogor Jawa Barat

Kegiatan 2

Memberikan tanya jawab seputar perkembangan online shop di media Sosial. Dari 40 siswa SMPS Pasir Madang yang mengikuti sosialisasi dan pelatihan, mereka sangat antusias memberikan menjawab dan berdialog. Pada sesi pelatihan diberikan contoh *online shop* yang ada di media sosial serta diajarkan bagaimana cara menggunakannya. Selain itu juga dilakukan simulasi agar siswa SMPS Pasir Madang dapat memanfaatkan *online shop* di media sosial untuk hal-hal yang positif dan berdaya guna.

Keberhasilan

Siswa SMPS Pasir Madang dapat memahami, memanfaatkan dan menggunakan online shop di media sosial atau e-commerce dan mengikuti trend belanja digital. Selain itu dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai perkembangan teknologi komunikasi sesuai dengan yang dipelajari di sekolah.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan bahwa, perkembangan teknologi komunikasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan online shop di media sosial. Selain itu menjamurnya online shop ikut

meramaikan dunia e-commerce atau belanja digital. Yang artinya belanja secara konvensional sedikit demi sedikit sudah mulai ditinggalkan.

Kehadiran mahasiswa KKN di Desa Pasir Madang telah menambah semangat dan pengetahuan pada penduduk setempat. Komunikasi mahasiswa dengan masyarakat Desa Pasir Madang juga memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk saling memahami dan memperluas wawasannya masing-masing. Hadirnya mahasiswa dengan program-program pelatihan dan sosialisai membawa dampak yang positif bagi mahasiswa itu sendiri dan bagi masyarakat dilokasi khususnya perkembangan teknologi komunikasi melalui e-commerce selain untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media*. Yogyakarta: Jalasutra Anggota IKPI
Efrain, Turban, 2004, "*Informatin Technology For Management*" John Wiley 7 Sons, Inc

Jurnal :

Harisno dan Tri Pujadi, 2009 " *E-Bussiness Dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan, Bidang Multimedia*", Pusat Informasi Agribisnis Kementerian Pertanian dan Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Nusantara, CommIT, Vol.3. No. 2 Oktober 2009

Fauziah, 2018, "*Penggunaan Online Shop Di Instagram Pada Perilaku Konsumtif Perempuan Di Jakarta*" Jurnal Majalah Ilmiah BIJAK 115 Vol. 15, No. 2, September 2018, pp. 115 - 126 P-ISSN 1411-0830 | E-ISSN 2621-749X.

Internet :

<http://www.negeripesona.com/2016/08/pengertian-toko-online-dan-contohnya.html>