



PEMBERDAYAAN INTERNET SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT PAGERGUNUNG 2 SITIMULYO DLINGO BANTUL

Ike Ade Nur Liscyaningsih^{1*}, Muhammad Fakhurreza², Fisnandya Meita Astari³, Anshor Nugroho⁴

^{1,2,3} Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Jl. Ringroad Barat no. 63, Mlangi, Nogotirto, Sleman

Email korespondensi : ikeade@unisayogya.ac.id

Keywords:

Internet, Economy, Bantul

ABSTRACT

In line with the development of human resources that are increasingly advanced, the use of the internet for promotion is increasingly profitable in the economy of micro, small and medium enterprises. One of the uses of internet technology for business actors is by carrying out product promotion activities using the internet. Pager Gunung 2 is a village that has its main income by selling homemade products that are directly sold to the surrounding community. The purpose of holding a Community Service program in Padukuhan Pager Gunung 2 is to empower the community by utilizing the internet as a product promotion medium to have high promotional competitiveness. Counseling is carried out by direct interaction with the audience and practical methods are carried out by simulating the creation of social media accounts. Counseling was carried out well and delivered as expected, the basic material and methods of implementation were conveyed as a whole. Audiences have also been able to create social media accounts to promote their products.

Keywords:

Internet, Ekonomi, Bantul

ABSTRAK

Sejalan dengan perkembangan sumber daya manusia yang semakin hari semakin maju maka penggunaan internet untuk promosi semakin menguntungkan dalam perekonomian pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Salah satu pemanfaatan teknologi internet bagi pelaku usaha yaitu dengan melakukan kegiatan promosi produknya menggunakan internet. Pager Gunung 2 merupakan padukuhan yang memiliki penghasilan utama dengan menjual produk-produk homemade yang langsung dijual kepada masyarakat sekitar. Tujuan diadakan program Pengabdian Masyarakat di Padukuhan Pager Gunung 2 agar dapat memberdayakan masyarakat tersebut dengan memanfaatkan internet sebagai media promosi produk agar memiliki daya saing promosi yang tinggi. Penyuluhan dilaksanakan dengan metode survei kelompok sasaran, persiapan sarana dan prasarana, sosialisasi dan praktek pembuatan akun media sosial. Penyuluhan terlaksana dengan baik dan tersampaikan sesuai yang diharapkan, materi dasar serta metode pelaksanaannya tersampaikan secara keseluruhan. Audiens juga telah mampu membuat akun media sosial untuk mempromosikan produknya.

Received: 30-06-2023

Accepted: 01-08-2023

1. PENDAHULUAN

Media massa dan internet dapat dipergunakan sebagai sarana penyebarluasan informasi dan promosi oleh pengelola industry kecil dan menengah (Gumgum Gumilar et.al, 2013). Sejalan dengan perkembangan sumber daya manusia yang semakin hari semakin maju maka penggunaan internet untuk promosi semakin menguntungkan dalam perekonomian pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

Semakin banyaknya produk homemade di berbagai daerah akan membuat persaingan ekonomi meningkat, sehingga konsumen akan semakin pintar dalam mencari informasi untuk mengetahui daerah manakah yang produksi hasil homemade sejenis dengan kualitas yang lebih tinggi. Hal tersebut mendorong para pemilik usaha untuk mempromosikan produk mereka. Dengan mempromosikan produk mereka sebanyak mungkin, diharapkan akan semakin banyak juga orang-orang mengetahui tentang produk dari usaha mikro kecil dan menengah tersebut dan berkesempatan mendapatkan konsumen baru dari promosi tersebut.

Salah satu pemanfaatan teknologi internet bagi pelaku usaha yaitu dengan melakukan kegiatan promosi produknya menggunakan internet. Penggunaan internet sebagai salah satu kegiatan promosi dianggap lebih efisien jika dibandingkan dengan melakukan promosi dengan media cetak surat kabar, brosur atau di media elektronik (radio dan televisi). Promosi melalui internet dapat kita lakukan dengan memanfaatkan media social. Media social saat ini telah banyak digunakan oleh khalayak untuk berbagi informasi dengan orang banyak karena dalam penggunaan media social lebih murah serta dapat mencakup wilayah yang luas.

Pager Gunung 2 merupakan padukuhan yang memiliki penghasilan utama dengan menjual produk-produk homemade yang langsung dijual kepada masyarakat sekitar. Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa media promosi internet terlebih media social merupakan cara efisien dalam mempromosikan suatu produk karena dapat mencakup audiens yang lebih luas. Berdasarkan pengamatan tersebut, diharapkan melalui program Pengabdian Masyarakat di Padukuhan Pager Gunung 2 dapat memberdayakan masyarakat tersebut dengan memanfaatkan internet sebagai media promosi produk agar memiliki daya saing promosi yang tinggi. Dengan

melakukan pelatihan mengenai cara memasarkan produk baik dalam website maupun media social agar tercipta kemandirian. Dengan demikian, selain dapat belajar bagaimana cara mempromosikan produknya melalui internet, masyarakat juga dapat meningkatkan pengetahuan dan penghasilan masyarakat.

2. METODE

Metode pendekatan yang dilakukan adalah melalui penyuluhan materi dan simulasi praktek kepada masyarakat di Padukuhan Pager Gunung 2, yang kegiatannya dilaksanakan pada tanggal 12 Oktober 2022 di Padukuhan Pager Gunung 2 meliputi 3 (tiga) tahap sebagai berikut:



Gambar 1 Bagan Alir Kegiatan PKM

Tahap pertama yaitu melakukan pelatihan promosi produk melalui internet, pada tahap ini diharapkan mitra dapat berperan aktif dalam mengikuti pelatihan sehingga dapat dilakukan evaluasi dengan memonitoring jalannya pelatihan. Selanjutnya, dilakukan pendampingan pelatihan promosi produk homemade melalui internet, pada tahap ini diharapkan mitra dapat berperan aktif dan berdiskusi dalam pembuatan media promosi produk. Evaluasi yang akan dilakukan pada tahap kedua yaitu pengamatan setiap 1 minggu sekali sampai 1 bulan sekali. Tahap terakhir yaitu Pelatihan dan pendampingan pemasaran yang menarik melalui internet, pada tahap ini pelaku usaha akan diberi pelatihan dan didampingi dalam memasarkan produk mereka di internet, oleh karena itu diharapkan mitra dapat berperan aktif dalam proses kegiatan. Setelah tahap ketiga dapat berjalan, diharapkan pelaku usaha telah dapat membuat dan memasarkan produk secara online dan mandiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan terlaksana dengan baik dan tersampaikan sesuai yang diharapkan, materi dasar serta metode pelaksanaannya tersampaikan secara keseluruhan. Materi yang disampaikan terkait dengan Internet dan penggunaan Internet sebagai media promosi. Adapun ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut 'Internet adalah system jaringan computer yang saling terhubung secara global dengan paket protocol internet untuk

menghubungkan di seluruh dunia. Internet adalah jaringan yang terdiri dari jaringan privat, public, local dan pemerintah ke tingkat global. Masyarakat kini sudah memulai memanfaatkan internet, penggunaan internet sebagai media promosi kini semakin marak terutama bagi mereka yang memiliki online shop. Meskipun tidak memiliki toko secara fisik, mereka tetap bias berjualan dan mempromosikan brand atau produk dengan menggunakan media social yang mereka punya. Seperti Instagram, website dll’.

Metode penyuluhan yang digunakan ada dua, yaitu metode interaksi langsung dan praktek. Penggunaan metode interaksi langsung dengan audiens ini diharapkan dapat membantu kami mengetahui sejauh mana audiens memahami penyampaian materi. Interaksi langsung dilakukan tidak hanya dengan menyampaikan materi saja, namun juga dilakukan diskusi bersama. Penggunaan metode yang kedua yaitu metode praktek. Pada metode ini dilakukan simulasi dan praktik secara langsung dalam pembuatan akun media social yang akan digunakan sebagai wadah untuk melakukan promosi produk. Setelah audiens membuat akun, kami selanjutnya mengajarkan bagaimana cara membuat konten yang menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.



Gambar 2 Pemaparan Materi

4. SIMPULAN DAN SARAN

Penyuluhan dan pelatihan berjalan dengan

baik dan lancar. Peserta dapat mengikuti dengan antusias dan diskusi berjalan dengan sangat aktif. Peserta dapat mengaplikasikan secara langsung materi yang sudah di sampaikan.

Sebaiknya dilakukan secara simultan untuk mengevaluasi kegiatan dan dapat melihat hasil dari penyuluhan dan pelatihan yang sudah dilaksanakan

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan Terima Kasih Disampaikan Kepada Semua Pihak Yang Telah Berpartisipasi Dalam Program Pengabdian Masyarakat Dengan Judul ‘Pemberdayaan Internet Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pagergunung 2 Sitimulyo Dlingo Bantul’, sehingga pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar, serta dapat dituangkan dalam bentuk tulisan dan diinformasikan kepada masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Gumilar, G., Zulfan, I., Komunikasi, F. I., & Padjajaran, U. (n.d). Penggunaan Media Massa Dan Internet Sebagai Media Promosi, 85-92
- Kavoura, A., & Stavrianea, A. (2014), Economic and Social Aspects from Social Media’s Implementation as a Strategic Innovative Marketing Tool in the Tourism Industry. *Procedia Economics and Finance*, 14(14), 3003-312
- Winarno, Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan Intrapreneurship, Jakarta: Indeks, 2011, hlm. 8
- Yuhfizar, (2008). 10 Jam Menguasai Internet Teknologi dan Aplikasinya. Jakarta PT Elex Media Komputindo.
- Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, hlm. 24
- 11, normal.