

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI PRODUK KERAJINAN DI KELURAHAN RAWA BUAYA, JAKARTA BARAT

Mirza1, Ina 2, Tjipto

1Program Studi Magister Manajemen, Program PascaSarjana , Universitas Mercubuana

ABSTRAK.

Tujuan pengabdian masyarakat ini diantaranya: (1) peningkatan kesadaran dari pengusaha UMKM terhadap pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan produk; (2) peningkatan skill dan knowledge terhadap teknik promosi produk menggunakan sosial media; (3) peningkatkan jumlah transaksi penjualan produk UMKM di kelurahan Rawa Buaya. Adanya kemajuan teknologi informasi seperti media sosial, e-commerce, dan adanya fasilitas internet sehingga dosen magister manajemen dalam hal ini instruktur pelatihan, merasa perlu memberikan pelatihan dan pembelajaran penggunaan sosial media (hinstagram, facebook) untuk memasarkan produk UMKM di Kelurahan Rawa Buaya.

Adapun metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan khalayak sasaran yaitu pemilik usaha kerajinan dan makanan serta Ibu-ibu PKK kelurahan Rawa Buaya yaitu (1) Ceramah bervariasi dan Diskusi Tanya jawab; (2) Demonstrasi.

Kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan oleh tim Dosen Magister Manajemen, Universitas Mercubuana menghasilkan data sebagai berikut: (1) mayoritas peserta pelatihan berusia di atas 40 tahun dan berjenis kelamin wanita, memiliki pendidikan SLTP, memiliki usaha yang berjenis makanan dengan nilai omset kurang dari lima juta perbulan serta memiliki jumlah karyawan yang kurang dari lima orang; (2) Mayoritas peserta pelatihan menyatakan pelaksanaan pelatihan ini sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka saat ini. Disamping itu mayoritas peserta pelatihan sudah memiliki akun di sosial media baik di facebook, twitter, dan instagram, bahkan sudah memiliki banyak follower. Namun mayoritas peserta pelatihan memiliki pengetahuan dan skill yang minim tentang teknik/cara promosi melalui sosial media. Banyak diantara mereka belum mengetahui faktor-faktor penting apa yang mesti diperhatikan dalam mempromosikan produk seperti menentukan segmen pasar, targeting dan positioning; (3) Mayoritas peserta menilai kemampuan instruktur pelatihan, kondisi tempat pelatihan serta ketersediaan konsumsi dinilai sangat baik dan memuaskan

Keywords: Promosi Media sosial, produk kerajinan

PENDAHULUAN

Salah satu program RPTRA di kelurahan Rawa Buaya, Jakarta Barat yaitu pengembangan dan peningkatan pendapatan keluarga (UPPK). Saat ini sudah banyak jenis usaha yang dilakukan oleh para ibu PKK Kelurahan Rawa Buaya seperti usaha kerajinan tangan (handmade) yang berbahan dasar limbah plastik, dan produk makanan yang memiliki ciri khas di daerah tersebut yaitu manisan dari buah pinang. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua PKK dan hasil observasi di lapangan di kelurahan Rawa Buaya, dimana produk-produk yang dihasilkan oleh para ibu PKK dan warga setempat belum berkembang secara ekonomis. Hal ini terlihat

dari nilai omset penjualan yang tidak menentu setiap harinya, sehingga belum bisa menjadi sumber penghasilan/pemasukan pendapatan keluarga. Namun produk-produk yang dihasilkan oleh ibu PKK dan warga Kelurahan Rawa Buaya memiliki ciri khas/keunikan tertentu, sehingga perlu dikembangkan baik dalam proses produksi/operasi, pemasaran dan pengelolaan keuangan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berdampak pada perubahan perilaku khususnya pola belanja konsumen yaitu masyarakat lebih memilih bertransaksi secara online dibandingkan secara konvensional (Roy Mandey, 2017). Hendry Gunawan (2012), menjelaskan manfaat TIK

sebagai berikut: (1) perdagangan secara elektronik yang dikenal dengan E-Commerce; (2) Biaya promosi dan pemasaran lewat website dan sosial media lebih efisien (murah); (3) Add Value yaitu untuk menciptakan value bagi pelanggan lebih spesifik menciptakan loyalitas sehingga pelanggan bersedia menjadi konsumennya untuk jangka panjang.

Untuk keberlangsungan usaha (bisnis), perlunya bagi pengelola/manajemen usaha melakukan kegiatan pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap usaha kerajinan tangan yang dilakukan oleh ibu-ibu PKK dan warga di kelurahan Rawa Buaya, dimana bentuk kegiatan pemasaran yang telah dilakukan yaitu : (1) Mengikuti pameran-pameran/ bazaar; (2) pemasaran dan penjualan di geray RPTRA setempat. Berdasarkan informasi tersebut diketahui pula mayoritas pemilik usaha kerajinan dan pengolahan makanan belum memanfaatkan internet sebagai media pemasaran, Dari kondisi ini nampak sekali bahwa pemasaran produk yang dihasilkan dari ibu-ibu PKK dan warga kelurahan Rawa Buaya perlu ditingkatkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan internet seperti promosi produk melalui sosial media dan blog.

Materi dan Metodologi

Adapun metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan khalayak sasaran yaitu pemilik usaha kerajinan dan makanan serta Ibu-ibu PKK kelurahan Rawa Buaya sebagai berikut:

1) Ceramah bervariasi dan Diskusi Tanya jawab

Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Penggunaan metode ini dengan pertimbangan bahwa metode ceramah yang dikombinasikan dengan audio dan video dapat memberikan materi yang relative banyak secara padat, cepat dan mudah.

Materi yang diberikan berupa pengetahuan strategi promosi, media promosi dan pengelolaan media sosial (facebook dan Instagram)

2) Demonstrasi

Metode ini dipilih untuk menunjukkan bagaimana langkah-langkah dalam menyusun komunikasi pemasaran yaitu tujuan promosi, menentukan TagLine/Content Informasi Iklan, penentuan Target Pembeli, dan merancang desain iklan (gambar, video, audio dan warna). Demonstrasi dilakukan oleh instruktur di hadapan peserta yang masing-masing mengoperasikan handphone atau tab sehingga peserta dapat mengamati secara langsung metode dan teknik penggunaan media sosial sebagai promosi usaha.

3) Latihan/ Praktikum

Metode ini digunakan untuk memberikan kesempatan kepada setiap peserta dalam membuat akun sosial media facebook dan Instagram, serta memanfaatkannya untuk kegiatan promosi.

4) Monitoring dan evaluasi.

Metode ini dipilih untuk memantau sejauhmana perkembangan para IRT dalam menggunakan dan memanfaatkan sosial media (seperti facebook, dan instagram) dalam mempromosikan produk mereka. Hal ini ditunjukkan dengan bukti alamat sosial media yang digunakan, jumlah transaksi yang terjadi beserta foto-foto produk yang di upload di sosial media tersebut.

Kegiatan pelatihan promosi produk menggunakan media sosial (internet) ini, akan diadakan di RPTRA Rawa Buaya, Jakarta Barat. Adapun peserta dalam pelatihan ini yaitu pemilik usaha kerajinan dan makanan, serta ibu-ibu PKK kelurahan Rawa Buaya sebanyak 45 peserta.

Hasil dan Pembahasan

Berikut ini, akan dijelaskan mengenai profil dan Penilaian peserta pelatihan tentang promosi produk menggunakan sosial media dari pengusaha UMKM di Kelurahan Rawa Buaya, Jakarta Barat.

1. Profil Peserta Pelatihan

Berdasarkan pada tabel 1 di bawah ini, dapat dilihat profil pengusaha UMKM di kelurahan Rawa Buaya. Untuk jenis kelamin, mayoritas peserta pelatihan berjenis kelamin wanita sebesar 96,8 persen, sisanya berjenis kelamin pria. Hal ini dikarenakan semua peserta adalah ibu-ibu PKK kelurahan Rawa Buaya yang memiliki usaha. Untuk tingkat pendidikan, mayoritas peserta berpendidikan SLTP sebesar 41,9 persen, dan SLTA sebesar 38,7 persen, sedangkan sisanya sebesar 19,4 persen berpendidikan Sarjana. Untuk tingkat usia, mayoritas peserta berusia di atas 40 tahun sebesar 70,9 persen, sedangkan sisanya berusia di bawah 40 tahun sebesar 39,1 persen. Untuk jenis usaha, mayoritas peserta memiliki jenis usaha makanan sebesar 45,2 persen, berjenis jasa dan kerajinan sebesar 9,7 persen. Sedangkan sisanya berjenis perkebunan, peternakan dll. Untuk lama usaha, mayoritas

peserta memiliki kurang dari empat tahun sebesar 58, 1 persen, sedangkan sisanya memiliki lama usaha di atas empat tahun sebesar 41, 9 persen. Untuk jumlah omset, mayoritas peserta memiliki omset kurang dari 2 juta sebesar 61, 3 persen, sedangkan sisanya memiliki omset di atas dua juta sebesar 29,1 persen. Sedangkan untuk jumlah karyawan, mayoritas peserta UMKM memiliki jumlah karyawan kurang dari lima orang sebesar 87,1 persen, sedangkan sisanya memiliki jumlah karyawan lebih dari 20 orang sebesar 2,3 persen.

Berdasarkan hasil profil pengusaha UMKM di Kelurahan Rawa buaya, dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta UMKM memiliki usia di atas 40 tahun, berpendidikan SLTP, memiliki jenis usaha makanan, jumlah pegawai kurang dari lima orang dan omset kurang dari dua juta rupiah. Mengingat usia pengusaha UMKM tidak produktif lagi, namun memiliki keinginan yang besar untuk meningkatkan skill dan knowledge berupa promosi produk menggunakan sosial media. Hal ini terlihat dari partisipasi kehadiran dan keaktifan peserta berupa banyaknya yang bertanya tentang bagaimana promosi produk dengan sosial media.

Tabel 1 Profil Pengusaha UMKM

PROFIL UMKM		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jenis Kelamin	laki-laki	1	3.2	3.2	3.2
	wanita	30	96.8	96.8	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Tingkat Pendidikan	SLTP	13	41.9	41.9	41.9
	SARJANA (S1)	4	12.9	12.9	54.8
	SMU	12	38.7	38.7	93.5
	DIPLOMA (D1/D3)	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
usia	< 20 thn	1	3.2	3.2	3.2
	31- 40 thn	8	25.8	25.8	29.0
	41 - 50 thn	17	54.8	54.8	83.9
	> 50 thn	5	16.1	16.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Jenis Usaha	TIDAK ADA	3	9.7	9.7	9.7
	MAKANAN	14	45.2	45.2	54.8
	PERTANIAN/PERKE BUNAN	1	3.2	3.2	58.1
	JASA	1	3.2	3.2	61.3
	KERAJINAN	2	6.5	6.5	67.7
	PETERNAKAN	1	3.2	3.2	71.0
	LAIN-LAIN	9	29.0	29.0	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
lama Usaha	TIDAK ADA	3	9.7	9.7	9.7
	< 1 THN	12	38.7	38.7	48.4
	3 - 5 THN	4	12.9	12.9	61.3
	1 - 3 THN	6	19.4	19.4	80.6
	> 5 THN	5	16.1	16.1	96.8
	5.00	1	3.2	3.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Jumlah Omset/ Bulan	TIDAK ADA	3	9.7	9.7	9.7
	< 2 JUTA	19	61.3	61.3	71.0
	2 S.D 5 JUTA	7	22.6	22.6	93.5
	4.00	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
jumlah Karyawan	TIDAK ADA	3	9.7	9.7	9.7
	< 5 ORANG	27	87.1	87.1	96.8
	> 20 ORANG	1	3.2	3.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Di lapangan (2017)

2. Hasil Penilaian Peserta Terhadap Sosial Media

Berikut ini akan dibahas mengenai penilaian peserta terhadap pemanfaatan sosial media untuk promosi produk UMKM. Berdasarkan tabel 2 di bawah ini, dapat dilihat bahwa mayoritas peserta pelatihan menyatakan sangat penting melakukan promosi produk dengan menggunakan sosial media sebesar 77,4 persen, yang menjawab penting sebesar 19,4 persen dan sisanya menjawab cukup penting sebesar 3,2 persen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengusaha UMKM di Kelurahan Rawa Buaya memiliki kesadaran (awareness) akan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi produk yang efektif dan efisien. Disamping itu, mayoritas peserta pelatihan juga sadar akan manfaat promosi

dengan sosial media seperti facebook, twitter, instagram sebesar 64,5 persen yang menjawab sangat setuju dan 35,5 persen yang menjawab setuju. Hal ini terlihat dari jawaban peserta mengenai manfaat promosi dengan sosial media seperti peningkatan transaksi penjualan, meningkatkan pendapatan dan produk dapat dikenali di seluruh daerah bahkan Negara. Jumlah peserta yang menjawab sangat setuju untuk tertarik menggunakan sosial media sebagai promosi produk sebesar 67,7 persen, sedangkan yang menjawab setuju sebesar 32,3 persen yang menjawab setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua peserta pelatihan berminat untuk menggunakan sosial media sebagai media promosi produk mereka, karena mereka sadar betul akan manfaat sosial media tersebut dalam pengembangan

bisnis/usaha mereka kedepannya.

Berdasarkan hasil penilaian terhadap jumlah peserta yang memiliki akun di sosial media, mayoritas menjawab sudah memiliki akun di sosial media baik itu facebook, twitter dan Instagram sebesar 80,6 persen, sedangkan sisanya 19,4 persen belum memiliki akun di sosial media. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengusaha UMKM di Rawa Buaya sudah memiliki akun di sosial media, walaupun mayoritas di manfaatkan untuk penambahan pertemanan. Sedangkan mayoritas peserta yang memiliki follower paling banyak di akun sosial media sebesar 61,3 persen, sedangkan sisanya memiliki sedikit follower bahkan ada yang belum memiliki akun di sosial media. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengusaha UMKM di Rawa Buaya memiliki network yang bagus, karena kunci keberhasilan usaha adalah luasnya jaringan pertemanan.

Jumlah peserta pelatihan yang sering memanfaatkan sosial media untuk promosi produk sebesar 71 persen, sedangkan sisanya dimanfaatkan untuk menjalin pertemanan bahkan ada yang belum memiliki akun di

sosial media. Hal ini dapat disimpulkan mayoritas pengusaha UMKM sudah memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produk mereka. Namun ada 58,1 persen peserta pelatihan yang memiliki pengetahuan dan skill yang sangat baik mengenai cara/teknik promosi produk yang efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan mayoritas pengusaha UMKM berpendidikan SLTP, sehingga belum mengerti dengan jelas faktor-faktor apa yang penting diperhatikan dalam promosi produk. Adapun faktor-faktor yang penting diketahui sebelum melakukan promosi produk melalui sosial media yaitu: (1) pengetahuan siapa konsumen target dari produk yang dijual; (2) value apa yang akan diberikan kepada konsumen target, dimana value ini dikomunikasikan dalam bentuk tag line di sosial media; (3) pengetahuan design dan rancangan informasi pada iklan di sosial media; (4) Frekuensi penampilan iklan produk di sosial media; (5) pemanfaatan endorse untuk iklan di sosial media; (6) serta pengetahuan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan cara bertransaksi lewat sosial media.

Tabel 2 Penilaian Peserta Terhadap Pemanfaatan Sosial Media

Karakteristik Penilaian		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pentingnya Promosi melalui Sosial Media	3.00	1	3.2	3.2	3.2
	4.00	6	19.4	19.4	22.6
	5.00	24	77.4	77.4	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Manfaat Promosi dengan Sosial Media	4.00	11	35.5	35.5	35.5
	5.00	20	64.5	64.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Peserta yang Memiliki akun Sosial Media	1.00	3	9.7	9.7	9.7
	2.00	1	3.2	3.2	12.9
	3.00	2	6.5	6.5	19.4
	4.00	16	51.6	51.6	71.0
	5.00	9	29.0	29.0	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Frekuensi Pemanfaatan sosial media untuk Promosi	1.00	2	6.5	6.5	6.5
	2.00	2	6.5	6.5	12.9
	3.00	5	16.1	16.1	29.0
	4.00	14	45.2	45.2	74.2
	5.00	8	25.8	25.8	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Peserta yang memiliki Follower paling banyak di sosial media	1.00	2	6.5	6.5	6.5
	2.00	3	9.7	9.7	16.1
	3.00	7	22.6	22.6	38.7
	4.00	14	45.2	45.2	83.9
	5.00	5	16.1	16.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Pengetahuan peserta tentang pemanfaatan sosial media untuk promosi	1.00	2	6.5	6.5	6.5
	2.00	5	16.1	16.1	22.6
	3.00	6	19.4	19.4	41.9
	4.00	11	35.5	35.5	77.4
	5.00	7	22.6	22.6	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Ketertarikan Peserta untuk menggunakan sosial media sebagai promosi produk	4.00	10	32.3	32.3	32.3
	5.00	21	67.7	67.7	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data (2017)

3. Hasil Penilaian Peserta Terhadap Pelaksanaan Pelatihan

Pentingnya mengetahui bagaimana penilaian peserta pelatihan terhadap pelaksanaan kegiatan seperti manfaat pelatihan, kemampuan instruktur dalam menyampaikan

materi, kondisi tempat pelatihan dan konsumsi. Berikut ini akan dijelaskan mengenai tanggapan peserta terhadap pelaksanaan pelatihan seperti yang terlihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3 Penilaian Peserta Terhadap Kondisi Pelatihan

Karakteristik Pelatihan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Manfaat Pelatihan	4.00	13	41.9	41.9	41.9
	5.00	18	58.1	58.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Kemampuan Instruktur dalam penyampaian materi	4.00	12	38.7	38.7	38.7
	5.00	19	61.3	61.3	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Kesesuaian pelatihan dengan kebutuhan peserta	3.00	1	3.2	3.2	3.2
	4.00	16	51.6	51.6	54.8
	5.00	14	45.2	45.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Kondisi Tempat Pelatihan	3.00	2	6.5	6.5	6.5
	4.00	10	32.3	32.3	38.7
	5.00	19	61.3	61.3	100.0
	Total	31	100.0	100.0	
Konsumsi Pelatihan	4.00	18	58.1	58.1	58.1
	5.00	13	41.9	41.9	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa, mayoritas peserta menyatakan bahwa pelatihan tentang peningkatan pengetahuan promosi produk menggunakan sosial media sangat bermanfaat sekali buat mereka. Hal ini terlihat dari jumlah peserta yang menjawab sangat setuju sebesar 58,1 persen sedangkan 41,9 persen menjawab setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pelatihan ini sangat bermanfaat sekali bagi pengusaha UMKM di kelurahan Rawa Buaya untuk keberlangsungan bisnis mereka ke depannya. Sedangkan kesesuaian tema pelatihan dengan kebutuhan peserta pelatihan adalah sangat sesuai. Hal ini terlihat dari jumlah peserta yang menjawab sangat setuju sebesar 45,2 persen, setuju sebesar 51,6 persen, disamping itu tingginya antusias peserta dalam menanyakan tentang teknik/cara promosi dengan menggunakan sosial media. Penilaian peserta pelatihan terhadap kemampuan instruktur dalam menyampaikan materi baik itu isi materi (content), cara penyampaian materi dan cara menanggapi/menjawab pertanyaan dari peserta

pelatihan dinilai sangat baik oleh peserta. Penilaian peserta terhadap kondisi tempat pelatihan yang diadakan di RPTRA Rawa Buaya di nilai sudah baik sebesar 32,3 persen dan sangat baik sebesar 61,3 persen. Sedangkan penilaian peserta terhadap kondisi konsumsi yang disediakan baik itu jumlah dan kualitas konsumsi di nilai sangat memuaskan oleh peserta. Hal ini terlihat jumlah peserta yang menjawab sangat baik sebesar 41,9 persen dan 58,1 persen menjawab sudah baik konsumsi yang disediakan oleh TIM Dosen Universitas Mercubuana. Pentingnya memperhatikan kondisi tempat pelatihan dan penyediaan konsumsi bagi peserta pelatihan. Karena dengan kondisi tempat yang nyaman, bersih, lokasi yang dekat dengan peserta, serta ketersediaan konsumsi yang berkualitas akan membuat betah dan meningkatkan partisipasi aktif peserta dalam mengikuti pelatihan sampai selesai.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim Dosen Universitas Mercubuana, sehingga diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Untuk Profil Peserta, dimana mayoritas peserta berusia di atas 40 tahun berjenis kelamin wanita, memiliki pendidikan SLTP, memiliki usaha yang berjenis makanan dengan nilai omset kurang dari lima juta perbulan serta memiliki jumlah karyawan yang kurang dari lima orang.
- 2) Berdasarkan hasil penilaian peserta terhadap Sosial Media, dimana mayoritas peserta menyatakan pelaksanaan pelatihan ini sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka saat ini. Disamping itu mayoritas peserta pelatihan sudah memiliki akun di sosial media baik di facebook, twitter, dan instagram, bahkan sudah memiliki banyak follower. Namun mayoritas peserta pelatihan memiliki pengetahuan dan skill yang minim tentang teknik/cara promosi melalui sosial media. Banyak diantara mereka belum mengetahui faktor-faktor penting apa yang mesti diperhatikan dalam mempromosikan produk seperti menentukan segmen pasar, targeting dan positioning
- 3) Berdasarkan hasil penilaian peserta terhadap pelaksanaan pelatihan, bahwa mayoritas peserta menilai kemampuan instruktur pelatihan, kondisi tempat pelatihan serta ketersediaan konsumsi dinilai sangat baik dan memuaskan

SARAN

- 1) Saran Akademisi
Diharapkan bagi dosen yang tertarik untuk melakukan kegiatan pengabdian tentang peningkatan kompetensi promosi produk melalui sosial media di kelurahan Rawa Buaya, lebih memperhatikan aspek kognitif yaitu (1) pengetahuan segmenting, targeting dan positioning; (2) teknik/cara

strategi promosi yang efektif di sosial media. Sedangkan aspek konatif, hendaknya memberikan konsultasi sehari full mengenai promosi produk dengan sosial media (praktek langsung di depan komputer atau di HP).

- 2) Saran Praktisi bagi Kelurahan Rawa Buaya
Diharapkan lurah dan Ibu PKK di kelurahan Rawa Buaya melakukan mapping terhadap pengusaha UMKM yang sudah memiliki akun di sosial media, dan yang belum, serta melakukan mapping terhadap karakteristik produk yang dijual. Hal ini bertujuan agar tercapainya tujuan pelaksanaan pelatihan ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Roy Mandey. (2017). Marak e-Commerce, Konsumen Mulai Beralih ke Belanja Online, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3493664/marak-e-commerce-konsumen-mulai-beralih-ke-belanja-online>
- Hendry Gunawan. (2012). Manfaat ICT dalam dunia bisnis, <http://henryacunkrui.blogspot.co.id/>
- Dendy. (2008). Peranan PKK dalam Pemberdayaan Keluarga. <http://deemention.blogspot.co.id/2008/09/peranan-pkk-dalam-pemberdayaan-keluarga.html>.
- Risyana. (2010). Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta. Available at <http://risyana.wordpress.com/2010/07/23/pengertian-dasar-teknologi-informasi-dan-komunikasi-asi-tik/>. Diakses tanggal 30 September 2010.
- Anonim. (2009). ICT. Jakarta Available at <http://iie-pinkers.blogspot.com/2009/01/pengertian-dan-peranan-ict.html>, diakses tanggal 30 September 2010.

Suyono, H. dan Haryanto, R. (2013). Pedoman Pembentukan dan Pengembangan Pos Pemberdayaan Keluarga Posdaya. Balai Pustaka, Jakarta

Suyanto, M. 2005. Pengantar Teknologi Informasi. Yogyakarta:ANDI

Kabupaten Bekasi masih banyak guru yang

