

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PENGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN PRODUK INOVASI JERUK SIAM

Yurisna Tanjung¹, Sahran Saputra^{2*}, Sigit Hardiyanto³

^{1,2}Prodi Kesejahteraan Sosial, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

³Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

yurisnatanjung@umsu.ac.id¹, sahransaputra@umsu.ac.id², sigithardiyanto@umsu.ac.id³

ABSTRAK

Abstrak: Sebagai desa sentra pertanian jeruk siam, Desa Sekoci menghadapi permasalahan pada manajemen pemasaran yang belum optimal serta rapuhnya kelembagaan petani bermuara pada hasil pertanian yang belum mampu memberikan kontribusi lebih terhadap kesejahteraan petani. Oleh karena itu penting untuk melakukan pemberdayaan masyarakat petani melalui pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk jeruk pasca panen. Tujuan program ini adalah mendorong pengembangan usaha tani berbasis *sociopreneur* sentra pertanian jeruk. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode survei partisipatif, observasi, ceramah, diskusi, dan praktik langsung, dengan melibatkan beberapa 11 orang mitra yang berasal dari perwakilan kelompok tani. Hasil pelaksanaan program memperlihatkan keseriusan dan antusias peserta dalam setiap sesi pelatihan. Beberapa hal teknis yang dapat dipahami oleh mitra program antara lain; manajemen usaha tani berbasis kewirausahaan sosial, pemanfaatan *social media marketing*, dengan peningkatan pemahaman sebesar 27 poin (68%) dibanding sebelum pelatihan, serta kesepakatan pembentukan BUMDes sebagai sentra pengembangan bisnis hasil tani berbasis *sociopreneur* di Desa Sekoci. Selain itu pelatihan dapat diimplementasikan oleh peserta saat sesi praktik implementasi pembelajaran.

Kata Kunci: *agrosociopreneur; jeruk siam; sosial media marketing; petani digital.*

Abstract: *As a center for siamese citrus farming, Sekoci Village faces problems in marketing management that is not optimal and the fragility of farmer institutions leads to agricultural products that have not been able to contribute more to the welfare of farmers. Therefore, it is important to empower farming communities through training in the use of social media for marketing post-harvest citrus products. The purpose of this program is to encourage the development of sociopreneur-based farming in citrus farming centers. This activity was carried out through participatory survey methods, observations, lectures, discussions, and hands-on practice, involving 10 partners from farmer group representatives. The training participants have participated in a series of activities to the practical implementation stage of learning. Some technical matters that can be understood by program partners include; farm management based on social entrepreneurship, the use of social media marketing, with an increase in understanding of 27 points (68%) compared to before the training, as well as an agreement on the establishment of BUMDes as a center for developing sociopreneur-based farm products in Sekoci Village. In addition, the training can be implemented by participants during the learning implementation practice session.*

Keywords: *agrosociopreneur; Siamese orange; social media marketing; digital farmer.*



Article History:

Received: 06-10-2021

Revised : 28-10-2021

Accepted: 06-11-2021

Online : 04-12-2021



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Desa Sekoci merupakan salah satu desa pertanian jeruk siam yang memberikan kontribusi tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi dalam sektor pertanian di Kabupaten Langkat. Ada 4048 jiwa dengan 1226 Kepala Keluarga (KK) yang mendiami desa ini, 90% diantaranya merupakan petani hortikultura yang didominasi dengan pertanian tanaman jeruk siam, 10% lainnya merupakan petani pangan, setidaknya didapati kurang lebih 450 hektar lahan pertanian jeruk di desa ini. Secara administratif Desa Sekoci berada di kecamatan Besitang Kabupaten Langkat Provinsi Sumatra Utara, dengan ketinggian 100-150 MDPL. Secara geografis Desa Sekoci berbatasan langsung dengan Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL) pada wilayah bagian tenggara. Kondisi daratan Desa Sekoci yang tergolong rendah menyebabkan desa ini rawan terkena banjir dari luapan Sungai Besitang yang berada di desa itu. Banjir bandang yang terjadi tahun 2006 silam membawa dampak perubahan psikososial yang cukup signifikan terhadap pola interaksi dan nilai sosial pada masyarakat Sekoci khususnya terkait dengan solidaritas sosial masyarakatnya. Oleh karena itu petani di desa ini sudah terorganisir dalam lembaga pertanian tradisional yang disebut Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN), begitu juga para wanitanya yang tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT). Organisasi tani ini sangat bermanfaat dalam penanganan permasalahan yang dihadapi oleh petani, karena penyelesaian permasalahan bisa diselesaikan secara kolektif.

Petani jeruk di Desa Sekoci adalah petani kecil dengan rata-rata jumlah tanaman yang dimiliki sekitar 50-1000 pohon atau setara 0,12 – 2,50 ha. Produksi per pohon sangat bervariasi dari 20 – 80 kg per pohon produktif berumur 5-10 tahun. Belum diterapkannya teknologi anjuran oleh petani bisa menjadi penyebab utama rendahnya produktivitas dan mutu buah jeruk yang dihasilkan. Lambatnya laju adopsi petani terhadap teknologi inovatif disebabkan oleh lambatnya proses diseminasi dan alih teknologi anjuran serta rapuhnya kelembagaan petani itu sendiri, akibatnya proses produksi menjadi kurang optimal, terfragmented dan tidak terkoordinasi sehingga mengakibatkan buah jeruk yang dihasilkan dari sentra produksi beragam dan bermutu rendah. Tidak adanya koordinasi yang baik dalam proses produksi, panen dan pemasaran di kawasan agribisnis yang terdiri dari banyak petani kecil mengakibatkan daya saingnya rendah dan posisi tawar petani menjadi terus melemah.

Pada satu sisi diawal program pengembangan sentra jeruk siam Desa Sekoci dimulai, harga jeruk kelas AB di tingkat petani mencapai Rp.10 000 per Kilogram. Kemudian harga tersebut mengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun hingga sekarang. Pada bulan Juni 2019 harga untuk kelas AB di petani hanya Rp. 4.500/kg hingga Rp. 5.000/kg. Hal ini terjadi karena semakin meningkatnya produksi jeruk, mutu buah yang

kurang baik dan masuknya buah jeruk impor. Harga tersebut dapat lebih rendah lagi pada bulan September sampai dengan Oktober, karena pada bulan-bulan tersebut terjadi panen raya. Fluktuasi harga jeruk yang cenderung menurun tersebut harus dijadikan *early warning signal* dalam penanganan tataniaga jeruk siam Desa Sekoci. Fluktuasi harga tentunya menyebabkan pendapatan petani sulit untuk diramalkan (Kurniati, Dewi., 2015). Tidak dipungkiri memang sistem pemasaran jeruk di Indonesia dinilai belum efisien. Menurut Agustian dalam (Saputra, 2021a), biaya pemasaran di Indonesia termasuk tinggi dan pembagian balas jasa yang adil masih asimetris mengelompok pada pedagang besar, sementara petani dan pedagang pengumpul menerima bagian yang kecil. Hasil penelitian Suherty dalam Saputra (2021b) mengenai efisiensi pemasaran jeruk, gejala yang sama di Desa Sekoci juga menunjukkan bahwa berdasarkan analisis struktur pasar dan penampilan pasar dinilai belum efisien karena *share* harga yang diterima petani masih rendah.

Pemasaran jeruk pada waktu-waktu mendatang akan menghadapi beberapa tantangan, yaitu: (1) adanya pesaing produsen jeruk dari daerah lain, seperti: Palembang, Jawa Barat, Jawa Timur, Bali, Kalimantan Selatan, Pontianak dan Serawak, dimana pada lima tahun mendatang diperkirakan akan terjadi peningkatan produksi jeruk nasional dengan pesat, dan (2) masih relatif sedikit pihak swasta yang bergerak di perdagangan jeruk Siam, hal ini akan berdampak pada kurangnya akses petani dalam pemasaran hasil, dan kurangnya keterkaitan stakeholders yang terlibat dalam pertanian jeruk serta terbatasnya akses pasar perdagangan antar pulau. Konsekuensi dari kondisi demikian adalah diperlukannya peningkatan efisiensi pemasaran ditingkat petani dan kebijakan strategis dari pemerintah daerah, sehingga tujuan pengembangan sentra jeruk siam Desa Sekoci dapat tercapai.

Salah satu solusi dalam mengatasi permasalahan kesenjangan ekonomi yang terjadi pada masyarakat petani adalah dengan mendorong mereka terlibat aktif sebagai pelaku wirausaha dalam bidang pertanian (Saputra, 2021b). Upaya penyelesaian masalah sosial dengan menggunakan pendekatan kewirausahaan merupakan terobosan yang luar biasa. Lebih lanjut, Utomo (2015) menyatakan bahwa di Indonesia, wirausaha sosial tumbuh dengan cepat seiring dengan keyakinan bahwa kewirausahaan sosial dapat mengatasi masalah-masalah sosial. *Sociopreneurship* merupakan solusi gerakan sosial dibidang ekonomi yang dapat memberikan peluang usaha terutama didaerah pedesaan. Selain perbaikan ekonomi mikro, *Sociopreneur* mampu meningkatkan perekonomian nasional. Inilah alasan mengapa *Sociopreneurship* mampu menjadi solusi, karena selain bersifat *sustainable* pada perekonomian, juga mampu memberikan solusi efektif dan taktis terhadap perekonomian Indonesia (Putri, 2017).

Untuk itu dianggap penting melakukan penguatan pemahaman tentang konsep-konsep utama dari pemberdayaan dan penguatan kelompok dengan

pendekatan *sociopreneurship*. Nilai dasar utamanya adalah usaha berbasis komunitas yang memiliki dan menjunjung nilai-nilai sosial melalui aktifitas kewirausahaan petani. Kompetensi dalam *sociopreneurship* harus membantu menyelesaikan permasalahan sosial. Kompetensi selanjutnya harus mencari hal atau membuat perubahan yang lebih baik dan menyelesaikan masalah dengan mengubah sistem, menyebarkan solusi dan meyakinkan orang lain untuk ikut terlibat dalam melakukan perubahan (Kurniawan, 2018).

Kompetensi lainnya yang harus dipenuhi adalah bahwa para petani yang tergabung dalam kelompok tani harus terus berinovasi terhadap hal baru, namun tetap dengan memperhatikan unsur sosial (*people*), ekonomi (*profit*), dan lingkungan (*earth*) (Saputra, 2021a). Namun konsep ini menekankan tidak hanya untuk mencari profit, tetapi juga harus memberikan dampak sosial dan berorientasi pada lingkungan sekitar. Pola *sociopreneurship* juga menghargai kearifan lokal, serta kekuatan komunitas dalam setiap tindakan proses produksi yang dilakukan (Kurniawan, 2018). Pola ini akan mendorong kemandirian petani dalam menghadapi permasalahannya, konsep *sociopreneurship* memiliki rantai manfaat yang panjang, sehingga memberikan nilai pada objek sosial yang ditujunya (Hendriyana, 2014), serta diarahkan untuk menyebar nilai guna dan nilai tambah yang besar bagi masyarakat petani jeruk di Desa Sekoci.

Solusi yang dapat ditawarkan dalam mengatasi persoalan yang dihadapi oleh para petani jeruk di Desa Sekoci ialah dengan cara memberikan pelatihan dan penguatan pemahaman pemasaran menggunakan media sosial Facebook dan Instagram untuk kepentingan bisnis. Maka dilakukan untuk pelatihan pembuatan dan pengelolaan konten multimedia dan Teknik fotografi produk pertanian juga pemasaran menggunakan media sosial Facebook dan Instagram yang dapat membantu kelompok tani untuk dapat menjawab kebutuhan dunia akan produksi pangan dan memasarkan produk dengan efisiensi yang baik langsung ke konsumen masyarakat umum lebih cepat (Arya et al., 2019).

Salah satu cara promosi yang mudah, cepat, murah dan jangkauan pemasaran yang luas, ialah promosi melalui media sosial, yakni media yang berbasis internet. Mudah karena hampir semua orang sudah mengenalnya. Cepat karena informasi yang dikirim bisa sampai detik itu juga. Murah karena penggunaan media sosial umumnya tidak berbayar. Jangkauannya luas karena penetrasi pesan yang disampaikan media sosial bersifat global atau mendunia (Hendri & Yulinda, 2019).

Media sosial disebut juga media online (dalam jaringan atau daring), atau media siber. Media siber (*cybermedia*) ialah media massa yang pesannya disalurkan melalui jaringan internet, dimana cara penyajian pesannya bersifat luas, terkini (*up to date*), interaktif dan bersifat dua arah. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta

membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Misalnya *Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube, Instagram, Website, Blog* dan sebagainya (Hartini dalam Hendri & Yulinda, 2019). Media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi seperti, dipergunakan untuk sosialisasi program dan kebijakan, memperkenalkan produk dan potensinya, memulihkan dan meningkatkan citra pariwisata serta media sosial dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran masyarakat (Suryani, 2015). Dengan adanya media sosial komunikasi dan penyebaran informasi terjadi sangat cepat sehingga seorang konsumen akan semakin ingin mengetahui suatu informasi dengan cepat dan dapat diakses kapanpun (Alfajri et al., 2019). Semenjak munculnya akan hal tersebut masyarakat pun semakin mudah terhubung untuk saling berinteraksi. Mereka berkomunikasi, berperilaku, bekerja, dan berpikir sebagai masyarakat digital (*digital native*) (Supratman, 2018).

Pemberdayaan Masyarakat merupakan solusi gerakan sosial di bidang ekonomi yang dapat memberikan peluang usaha terutama di daerah pedesaan. Selain perbaikan ekonomi mikro, Pemberdayaan Masyarakat mampu meningkatkan perekonomian nasional. Berdasarkan analisis situasi dan identifikasi masalah yang dihadapi mitra tersebut diatas, kami tertarik untuk melakukan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan judul; Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran Produk Jeruk di Desa Sekoci Kabupaten Langkat. Melalui pelatihan pembuatan dan pengelolaan konten multimedia dan teknik fotografi produk pertanian, serta pengembangan pemasaran menggunakan media sosial *Facebook* dan *Instagram* untuk kepentingan bisnis pertanian, diharapkan dapat membantu kelompok tani untuk dapat menjawab kebutuhan dunia akan produksi pangan dan memasarkan produk dengan efisiensi yang baik melalui pemasaran langsung ke konsumen dan masyarakat umum dengan lebih cepat.

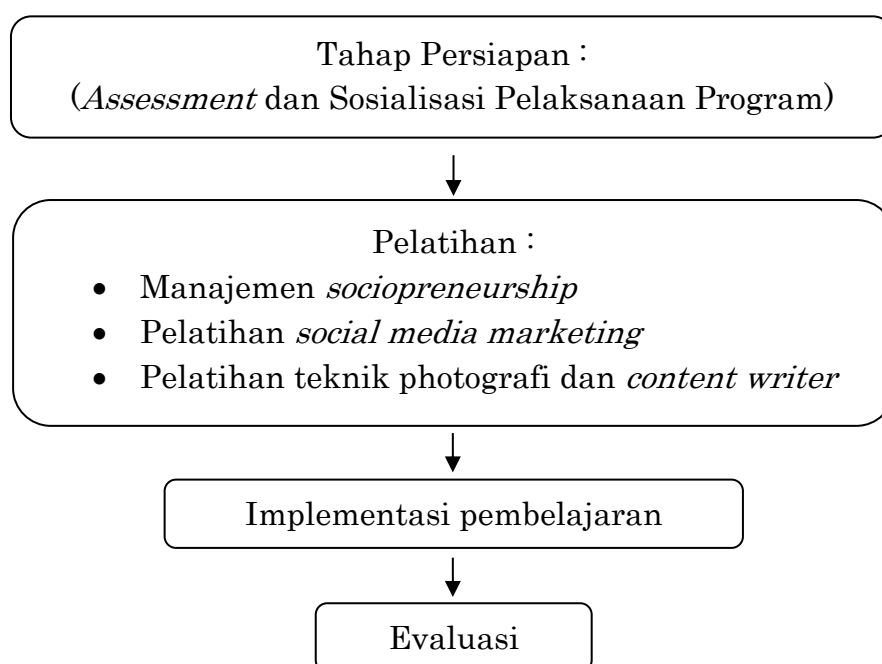
B. METODE PELAKSANAAN

Program kemitraan masyarakat pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk jeruk ini melibatkan mitra 11 orang petani yang merupakan perwakilan dari 10 kelompok tani yang ada di Desa Sekoci. Team pelaksana dalam program ini terdiri dari dua orang dosen prodi Kesejahteraan Sosial FISIP UMSU yang menjadi tenaga ahli bidang pengorganisasian dan pemberdayaan masyarakat, serta satu orang praktisi *social media marketing*.

Metode yang diterapkan adalah penyuluhan, pelatihan dan demonstrasi demplot, dan pendampingan kepada masyarakat. Melalui penyuluhan, diharapkan akan terjadi perubahan perilaku sehingga mitra program memiliki kemampuan guna tercapainya perbaikan dan peningkatan kesejahteraan (Bahua, 2015; Charina, A., 2018). Selain itu, transfer pengetahuan dan teknologi melalui penyuluhan yang langsung

diimplementasikan dalam bentuk demplot teknologi merupakan metode yang efektif dan efisien dalam proses pembelajaran peserta sehingga diharapkan dapat dengan mudah menduplikasi teknologi yang diberikan secara berkelanjutan (Sutariati, 2018).

Program ini merupakan langkah awal dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada kelompok tani dalam mengatasi permasalahan sosial ekonomi yang mereka hadapi dengan menawarkan solusi berupa; (1) konsep-konsep dasar dalam manajemen eco-agrowisata berbasis *sociopreneurship*, (2) optimalisasi media sosial sebagai media pemasaran hasil panen, dan (3) teknik fotografi produk dengan kamera *smartphone*. Tahapan pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dapat digambarkan dengan *flowchart bar* sebagaimana Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Flow Chart Pelaksanaan Program

Dari *Flow Chat Bar* di atas dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
Beberapa tahapan yang kami lakukan dibagian ini antara lain melakukan *assessment* guna mendapatkan *baseline* data terhadap permasalahan yang dihadapi mitra, mempersiapkan modul pelatihan, menyusun materi ajar, dan melakukan sosialisasi program guna menjangking peserta pelatihan.
2. Proses pelaksanaan pelatihan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan konsep-konsep dasar dalam manajemen eco-agrowisata berbasis *sociopreneurship*. Tahapan ini merupakan tahapan yang paling penting, karena keberhasilan program sangat ditentukan pada keberhasilan pada tahap ini. Rangkaian pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut:
 - a. Pelatihan manajemen kewirausahaan sosial petani

- Memberikan penguatan pemahaman tentang konsep-konsep utama dari pemberdayaan dan penguatan kelompok dengan pendekatan kewirausahaan sosial (*sociopreneurship*).
- b. Pelatihan sosial media marketing dan analisa sentiment pasar media sosial.
 - c. Pelatihan teknik photo produk dan konten media sosial
3. Hasil dari proses pembelajaran diharapkan mampu diimplementasikan dalam bentuk realisasi program.
4. Tahap Evaluasi
- Evaluasi dilakukan untuk mengukur ketercapaian hasil kegiatan para peserta selama mengikuti program pelatihan. Sebelum memulai pelatihan, para peserta diberikan *pre-test* terlebih dahulu untuk mengukur pemahaman peserta terkait materi pelatihan yang akan diberikan. Setelah memperoleh 3 materi pelatihan, para peserta diwajibkan mengikuti *post-test* untuk mengukur ketercapaian pembelajaran.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan inti pada program ini berupa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk jeruk pasca panen. Kegiatan ini dilaksanakan pada april - juni 2021 di Desa Sekoci, Kecamatan Besitang, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Peserta yang hadir pada pelatihan ini sebanyak 10 orang perwakilan dari 10 kelompok tani yang ada di desa ini yang nantinya akan menjadi influencer untuk pengembangan program. Secara keseluruhan, kegiatan dibagi menjadi empat tahapan yaitu tahap *Assessment* dan sosialisasi program, tahap pelaksanaan pelatihan, tahap implementasi hasil pembelajaran, dan tahap evaluasi.

1. Tahap *Assessment* dan sosialisasi

Pada tahap *assessment* dan sosialisasi program, dilaksanakan pada bulan april 2021 dimulai dengan melakukan *survey* lapangan serta penggalian masalah dan potensi desa yang dapat dikembangkan guna menjawab permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yakni petani jeruk di desa Sekoci. *Assessment* dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap mitra serta melakukan analisis situasi dan observasi langsung pada lahan pertanian jeruk.

Dalam tahapan *assessment* ini, tim dosen juga berkordinasi dengan kepala desa Sekoci guna mendapatkan izin pelaksanaan program serta berdiskusi bersama dengan petani guna menemukan ide solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra. Pada diskusi ini juga ditentukan waktu sosialisasi program dengan petani yang menjadi mitra program yang merupakan perwakilan tiap kelompok petani yang ada.

Setelah kegiatan PKM disetujui oleh kedua belah pihak, tim dosen melakukan menyusun perencanaan pelaksanaan program serta berkoordinasi dengan pimpinan universitas guna mendukung program kemitraan masyarakat ini. Pada bulan Mei 2021, tim dosen kembali ke Desa Sekoci guna menyampaikan menyampaikan sosialisasi perencanaan program kemitraan masyarakat dengan petani jeruk di Desa Sekoci. Tim dosen pelaksana PKM selanjutnya akan melakukan penyusunan modul berdasarkan materi-materi yang akan disampaikan pada saat pelatihan nantinya. Seperti pada Gambar 2 berikut.



(a)



(b)

Gambar 2. Assessment dan Sosialisasi Program.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 16 Juni 2021. Pembukaan dilakukan oleh Kepala Desa Sekoci kemudian dilanjut sesi pertama materi oleh tim dosen yang memberikan paparan materi mengenai manajemen usaha tani berbasis kewirausahaan sosial pertanian jeruk. Dalam sesi ini dijelaskan pentingnya membangun infrastruktur ekonomi dari hulu-hilir secara memadai sesuai yang dibutuhkan sehingga para pelaku agribisnis jeruk di Desa Sekoci bisa menjalankan fungsi dan perannya secara optimal. Kegiatan pada sesi pertama dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Sesi pemaparan materi

Penguatan pemahaman tentang konsep-konsep utama dari pemberdayaan dan penguatan kelompok dengan pendekatan

kewirausahaan sosial (*sociopreneurship*). Nilai dasar utamanya adalah usaha berbasis komunitas yang memiliki dan menjunjung nilai-nilai sosial melalui aktifitas kewirausahaan petani. Femina (2018) menyimpulkan bahwa kompetensi dalam *sociopreneurship* harus membantu menyelesaikan permasalahan sosial. Kompetensi selanjutnya harus mencari hal atau membuat perubahan yang lebih baik dan menyelesaikan masalah dengan mengubah sistem, menyebarkan solusi dan meyakinkan orang lain untuk ikut terlibat dalam melakukan perubahan.

Kompetensi lainnya yang harus dipenuhi adalah bahwa para petani yang tergabung dalam kelompok tani harus terus berinovasi terhadap hal baru, namun tetap dengan memperhatikan unsur sosial (*people*), ekonomi (*profit*), dan lingkungan (*earth*). Namun konsep ini menekankan tidak hanya untuk mencari profit, tetapi juga harus memberikan dampak sosial dan berorientasi pada lingkungan sekitar. Pola *sociopreneurship* juga menghargai kearifan lokal, serta kekuatan komunitas dalam setiap tindakan proses produksi yang dilakukan (Kurniawan, 2018). Pola ini akan mendorong kemandirian petani dalam menghadapi permasalahannya, konsep *sociopreneurship* memiliki rantai manfaat yang panjang, sehingga memberikan nilai pada objek sosial yang ditujunya (UNPAD, 2014), serta diarahkan untuk menyebar nilai guna dan nilai tambah yang besar bagi masyarakat petani jeruk di Desa Sekoci.

Pada sesi kedua materi pelatihan, dipaparkan materi tentang pentingnya pemanfaatan sosial media marketing. Dalam sesi ini disampaikan bagaimana dampak positif dari pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran hasil produksi jeruk berbasis digital. Dalam materi ini juga dijelaskan tentang perbedaan pemasaran secara tradisional dan pemasaran dengan secara *online*. Pada saat ini juga dilatih tentang pembuatan Facebook, Instragram, dan memanfaatkan fitur *marketplace* didalamnya. Kegiatan ini ditutup dengan diskusi terkait respon peserta pelatihan terhadap materi yang disampaikan dan dilanjutkan foto bersama. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



(a)



(b)

Gambar 4. (a) Pemaparan materi. (b) Sesi diskusi

3. Implementasi Pembelajaran

Setelah selesai pemaparan materi dan diskusi, kemudian dilanjutkan dengan praktik implementasi pembelajaran dengan melakukan praktik pemanfaatan fitur *marketplace* yang ada pada media sosial facebook. *Facebook Marketplace* merupakan fitur yang terintegrasi langsung di aplikasi facebook untuk perangkat *handphone android*, sehingga lebih praktis, hemat memori, dan memudahkan pengguna. Untuk memperlancar praktik implementasi pembelajaran dan mendukung percepatan operasional, maka team PKM memberikan satu unit *handphone android* yang diserahkan kepada kepala desa untuk di pergunakan sebagai operasional *social media marketing* guna memasarkan hasil produksi jeruk di Desa Sekoci.



Gambar 5. Serah terima *Handphone* operasional *social media marketing*.

Metode yang digunakan dalam penggunaan *facebook marketplace* dengan melakukan pelatihan langsung kepada para petani untuk memposting produk, men-*share* dan melayani pembelian konsumen. Hasil implementasi facebook marketplace memudahkan petani dalam memasarkan produk dan sekaligus melakukan penjualan dengan menggunakan smartphone yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan volume penjualan hasil produksi jeruk.

4. Evaluasi Ketercapaian Program

Para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan ini. Hasil evaluasi pembelajaran keseluruhan peserta tersebut juga cukup memuaskan. Hanya saja diperlukan waktu praktik implementasi kegiatan yang lebih intensif lagi untuk meningkatkan kemampuan para peserta dalam hala *social media marketing*. Hasil capaian kegiatan para peserta dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Hasil evaluasi akhir menunjukkan adanya peningkatan pemahaman sebesar 27 poin (68%) dibanding sebelum pelatihan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengukur pemahaman terkait manajemen kewirausahaan sosial, pemanfaatan fitur *marketplace* pada sosial media, membuat konten penjualan, dan teknik photo produk.

Namun demikian, dalam pelaksanaan program ini, beberapa kendala yang ditemukan biasanya muncul dari perbedaan kemampuan peserta untuk memahami materi pelatihan, hal ini dikarenakan adanya perbedaan usia dan latar belakang pendidikan diantara peserta. Faktor lain yang mempengaruhi adalah keterbatasan waktu para peserta untuk mempraktikkan saat mengikuti sesi pelatihan. Adapun hasil evaluasi kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Nama	Pre-Test	Post-Test
1	Teti Hariani	50	75
2	Wiwik Widiawati	45	85
3	Sindi Glaudia	55	80
4	Diana Puspita	70	90
5	Ningsih	65	80
6	Narti	65	85
7	Supriatin	55	75
8	Lindawati	50	90
9	Nuraini Aizah	60	90
10	Ali Syahputra	55	85
11	Ismail	45	75
Rata-rata		56	83
Presentase Peningkatan Ketercapaian		27 (68%)	

Melalui pelatihan ini, para peserta mampu lebih memanfaatkan sosial media secara lebih produktif disbanding sebelumnya hanya untuk aktifitas sosial biasa. Meski program ini baru pertama kali dilakukan, umpan balik dari peserta cukup positif. Mereka merasa terbantu untuk mempelajari materi pelatihan dengan mengikuti kegiatan ini. Meskipun demikian, masih dirasa perlu untuk memberikan pelatihan yang lebih intensif guna meningkatkan kualitas kemampuan *social media marketing* para peserta agar lebih terbiasa dalam menggunakan fitur marketplace yang ada pada media sosial.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil pelaksanaan program memperlihatkan keseriusan dan antusias peserta dalam setiap sesi pelatihan. Beberapa hal teknis yang dapat dipahami oleh mitra program antara lain; manajemen usaha tani berbasis kewirausahaan sosial, pemanfaatan sosial media marketing, serta kesepakatan pembentukan BUMDes sebagai sentra pengembangan bisnis hasil tani berbasis *sociopreneur* di Desa Sekoci. Selain itu pelatihan dapat diimplementasikan oleh peserta saat sesi praktik implementasi

pembelajaran. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman para peserta terkait manajemen kewirausahaan sosial, pemanfaatan fitur *marketplace* pada sosial media, membuat konten penjualan, dan teknik photo produk dengan peningkatan pemahaman sebesar 27 poin (68%) dibanding sebelum pelatihan.

Berdasarkan hasil kegiatan ini disarankan perlunya percepatan pendirian BUMDes sebagai sentra pengembangan bisnis hasil tani di Desa Sekoci guna mempercepat terwujudnya pengembangan desa agro wisata berbasis *sociopreneur* sebagai sentra pertanian jeruk siam di Desa Sekoci Kabupaten Langkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pimpinan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Arya, M., Saputra, B., ADH, I. P. W., & Saputra, M. A. B. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Pada Kelompok Pemuda Tani. *Widyabhakti: Jurnal Ilmiah Populer*, 2(1), 49–53. <http://widyabhakti.stikom-bali.ac.id/index.php/widyabhakti/article/download/132/73>
- Bahua, M. I. (2015). *Penyuluhan dan Pemberdayaan Petani Indonesia*. Ideas Publishing.
- Charina, A., et al. (2018). Faktorfaktor yang Mempengaruhi Petani dalam Menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) Sistem Pertanian Organik di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1), 68–78.
- Hendri, R., & Yulinda, E. (2019). Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Hangtuh Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Journal of Rural and Urban Community Empowerment*, 1(1), 51–60.
- Hendriyana, A. (2014). *Kembangkan Sociopreneurship, Dosen Ini Dorong Mahasiswa dan Masyarakat Berwirausaha*. UNPAD. <https://www.unpad.ac.id/2014/11/kembangkan-sociopreneurship-dosen-ini-dorong-mahasiswa-dan-masyarakat-berwirausaha/>
- Kurniati, Dewi., et al. (2015). Risiko Pendapatan Pada Usahatani Jeruk Siam Di Kabupaten Sambas. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 3(2), 12–19. <https://doi.org/10.26418/j.sea.v3i2.9052>
- Kurniawan, F. (2018). Sociopreneurship Masyarakat Gusuran Dalam Membangun Konsep Kampung Wisata Tematik Topeng Malangan. *Dialektika Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 2(2), 35–48.
- Putri, L. I. (2017). Reduksi Kemiskinan Melalui Sociopreneurship. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, VI(1), 58.
- Saputra, S. (2021a). Desa Tangguh Covid-19 Melalui Pemberdayaan Kelompok Tani Berbasis Sociopreneurship Di Desa Sekoci Kabupaten Langkat. *Jurnal Abdi Mas TPB*, 3(1), 85–93.
- Saputra, S. (2021b). Stimulus Agrosociopreneur Melalui Pengembangan Sistem Refugia dan Lebah Madu Berbasis Pertanian Jeruk di Desa Sekoci Kabupaten

- Langkat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 1689–1700.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>
- Suryani, ita. (2015). Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)*, 8(April 2014), 123–138.
- Sutariati, et al. (2018). Pengembangan Sayuran Organik pada Lahan Pekarangan untuk Meningkatkan Kesehatan Masyarakat di Kota Kendari. *Abdimas*, 22(2), 161–166.
- Utomo, H. (2015). Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial. *Among Makarti*, 7(2), 1–16.