



## **Pemberdayaan Ekonomi Ershop Berbasis *Sociopreneurship* Social Media Marketing**

Farid Moh. Adrian, Murni Ali, Abdul Rahmat  
Ummysalam Adam Taniyo Ambala Duludu

Prodi Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Gorontalo

[faridmuhammadadrian@gmail.com](mailto:faridmuhammadadrian@gmail.com)

[alimurni916@gmail.com](mailto:alimurni916@gmail.com)

[abdulrahmat@ung.ac.id](mailto:abdulrahmat@ung.ac.id)

[ummysalam@ung.ac.id](mailto:ummysalam@ung.ac.id)

Received: 23 February 2023; Revised: 12 March 2023; Accepted: 22 May 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.3.2.505-510.2023>

### **Abstrak**

*Permasalahan sering terjadi pada UMKM di Indonesia adalah tidak mampu bersaing di pasar Global. Hal ini dipicu adanya keterbatasan modal, SDM, penguasaan teknologi dan informasi Pasar. Masalah yang dihadapi UMKM tersebut perlu adanya pengembangan usaha. Oleh Karena itu penelitian ini bertujuan mengetahui seperti apa strategi pemberdayaan masyarakat di Usaha Mikro Kecil Menengah Ershop yang menggunakan dasar Sociopreneurship. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Pengembangan usaha berbasis Sociopreneurship pada UMKM Ershop sudah berjalan baik. Peran Social Media Marketing dan Sociopreneurship untuk pengembangan usaha pada UMKM Ershop mampu melakukan teknik pemasaran yang lebih luas.*

**Kata Kunci : Pemberdayaan, Sociopreneurship, UMKM**

### **Pendahuluan**

Pemerintah melaksanakan program pemberdayaan masyarakat dari pemerintah pusat hingga pemerintah daerah. Organisasi kemasyarakatan (LSM), kelompok pengobatan, dunia pendidikan, dunia usaha dan pihak-pihak lain juga ikut serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keseriusan pemerintah ditunjukkan melalui berbagai program perizinan baik bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) maupun langsung bagi kelompok masyarakat. Efektivitas program pemberdayaan memerlukan sinergi usaha antara pengurus dengan pihak lain. UKM merupakan salah satu penggerak utama pembangunan ekonomi. Pergerakan sektor UMKM sangat penting untuk menghasilkan pertumbuhan dan lapangan kerja. UKM sangat fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan fluktuasi permintaan pasar. Selain itu, industri ini menciptakan lapangan kerja lebih cepat daripada industri lain, sangat beragam dan mendorong ekspor dan perdagangan secara signifikan. Oleh karena itu, UKM merupakan bagian penting dari pembangunan ekonomi yang berdaya saing. Sektor usaha kecil memiliki peran strategis secara ekonomi, sosial dan politik.

Studi di beberapa negara menunjukkan bahwa usaha mikro memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Mereka mempekerjakan pekerja dengan menciptakan lapangan kerja, menawarkan barang dan jasa dengan harga rendah, dan mengatasikemiskinan. Selain itu, usaha mikro juga merupakan salah satu komponen utama pembangunan ekonomi daerah. UKM menawarkan produk dan layanan kepada konsumen dengan daya beli rendah hingga menengah dan menghasilkan sebagian besar pendapatan devisa negara. Dari segi sosial politik, peranan sektor usaha kecil sangat penting dalam menyerap tenaga kerja dan mengentaskan kemiskinan,

bahkan lebih penting lagi sebagai alat untuk membangkitkan perekonomian nasional. Banyak fakta menunjukkan bahwa ketidakstabilan politik disebabkan oleh kemiskinan dan kurangnya pekerjaan. (Amalia & Syavie, 2015). Dalam perspektif ilmu sosial, pemberdayaan sering diartikan sebagai bekerja untuk memenuhi kebutuhan individu, kelompok masyarakat, atau masyarakat. Komunitas itu sendiri (community/society) terdiri dari individu- individu dalam suatu wilayah tertentu yang terikat oleh rasa kebersamaan dan saling berinteraksi secara sosial. Selain itu dijelaskan pula (Mardikanto, 2010:34) menyatakan bahwa gerakan pemberdayaan masyarakat merupakan intervensi pendidikan yang mengutamakan prakarsa dan inovasi masyarakat dengan menggunakan strategi inti yang memberdayakan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat sangat erat kaitannya dengan penciptaan lapangan kerja dan peluang usaha yang dapat memberikan pendapatan yang cukup bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan sosial seluruh rakyat.

Aspek pemberdayaan pada dasarnya adalah konsep Pembangunan yang mempertimbangkan nilai-nilai dalam masyarakat yang bersifat People-centered, participator. Dalam konteks ini, pemberdayaan dapat dikaji dari 3 (tiga) aspek Yakni:

1. Enabling yaitu mendorong terbentuknya situasi yang memungkinkan Berkembangnya potensi masyarakat.
2. Empowering, memperkuat potensi masyarakat melalui strategi penyediaan input Yang membuka peluang masyarakat semakin mandiri.
3. Protecting, upaya membela dan melindungi kepentingan masyarakat golongan Bawah agar tidak semakin ter marginalkan.

Pelaksanaan model kerja pemberdayaan merupakan pedoman perencanaan kerja pemberdayaan masyarakat. Ini dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengidentifikasi indikator dan mengevaluasi upaya keterlibatan, dan membantu menilai apakah proses dan hasil mengarah pada pemberdayaan masyarakat. Namun, belum ada pembahasan mengenai pengembangan dimensi untuk memberdayakan masyarakat pada level fungsional, dan upaya untuk menggunakan perspektif kewirausahaan sosial dalam membangun potensi masyarakat masih sangat minim.

## Metode Pelaksanaan

Penelitian tentang “Strategi Pemberdayaan Masyarakat (UMKM) Ershop Berbasis Pendekatan Sociopreneurship Melalui Social Media Marketing Activity ” menggunakan pendekatan Studi Kasus, peneliti akan melakukan pengamatan, wawancara atau penelaahan dokumen terhadap objek maupun subjek yang akan diteliti. Data yang dikumpulkan dari penelitian deskriptif kualitatif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka pada deskripsi kualitatif ini akan dipaparkan peristiwa dan fakta di Ershop melalui pengamatan di lapangan (observasi), Wawancara, penelaahan dokumen dan dokumentasi kemudian mendeskripsikan dan menganalisis satu persatu kejadian di tempat untuk dianalisis lebih lanjut.

Hal ini sesuai dengan Menurut Moleong (2017:6) penelitian kualitatif yang dimaksud adalah penelitian yang menjelaskan cara untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata Dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode Alamiah.

Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Secara langsung adalah terjun langsung ke lapangan untuk terlibat.

### b. Wawancara



Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data Langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistik dan jelas dari informan.

#### c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan Dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian.

### **Hasil dan Pembahasan.**

Sociopreneurship merupakan sebuah turunan dari Kewirausahaan. Gabungan dari dua kata, sosial yang artinya kemasyarakatan, dan entrepreneurship yang artinya Kewirausahaan. Pengertian sederhana dari Sociopreneurship adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan entrepreneurship untuk melakukan perubahan sosial (social change), terutama meliputi bidang kesejahteraan, pendidikan dan kesehatan (Santosa, 2007). Menurut (Gregory Dees, 2013) Sociopreneurship adalah perpaduan dan semangat besar dalam misi sosial dengan disiplin, inovasi, dan keteguhan seperti yang lazim berlaku di dunia bisnis.

Kewirausahaan merupakan suatu keberanian untuk melakukan upaya-upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang atas dasar kemampuandengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain (Untoro : 2017). Dengan berwirausaha seseorang akan berusaha mandiri, kreatif, dan inovatif agar usahanya tetap dapat diterima masyarakat. Kemudian menurut Shaker A. Zahra (2008) Kewirausahaan sosial meliputi kegiatan dan proses yang dilakukan untuk Menemukan dan memanfaatkan peluang dalam rangka meningkatkan kekayaan sosial dengan menciptakan usaha baru atau mengelola organisasi yang ada dengan cara yang inovatif.

### **Hasil.**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi peneliti, maka gambaran analisis terkait dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut :Usaha Kecil Menengah (UKM) Ershop memiliki pengaruh dan kemampuan untuk membantu serta mendorong berdirinya sebuah Usaha Kecil Menengah yang baru bagi Masyarakat sekitar. Selain itu UKM Ershop telah banyak berkontribusi terhadap kemajuan di bidang pemasaran melalui Social Media Marketing Activity yang memanfaatkan model pembelajaran promotor atau promosi melalui sosial media guna membantu penyebaran jangkauan konsumen yang akan lebih menguntungkan secara bersama bagi para UKM Lainnya. Hal ini sesuai dengan teori yang disebutkan oleh (Faisal, 2015), mengatakan bahwa social value adalah kepedulian masyarakat setempat untuk mendorong pengentasan kemiskinan yang berarti meningkatkan kualitas hidup. Penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa social value berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Mulyadi, 2005:3). Perkembangan pemikiran Masyarakat selalu hadir dengan tanpa di sadari, banyak pemikiran yang timbul dari pengalaman. Masyarakat pelaku UKM Ershop tidak hanya tahu, tetapi juga tahu bagaimana menawarkan dan beradaptasi pada sesuatu yang tren di dunia modern. Namun selain itu, beberapa pelaku Masyarakat UMKM seperti UKM Ershop bukan tidak sering mendapat permasalahan yang di akibatkan adanya ketidaksesuaian terhadap kemauan konsumen dan pengetahuan tentang barang musiman, hal ini menyebabkan kerugian yang tidak cukup sedikit bagi Bapak. Apriansyah selaku Pemilik UKM Ershop di Desa Tabumela. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan (Praszkie, dkk. 2009) yang mendefinisikan Sociopreneurship adalah sebagai individu yang mampu melakukan perubahan

sosial dalam skala makro dan mikro melalui keterlibatan masyarakat akar rumput. Keinginan merupakan sesuatu yang telah diniatkandan akan terus diperjuangkan hingga tercapai, begitu pun dengan Bapak. Apriansyah yang memiliki tujuan untuk membantu meminimalisir kan masalah dan urgensi yang dihadapi oleh Masyarakat dengan di dirikannya UKM Ershop yang dapat membantu membuka lapangan pekerjaan bagi Masyarakat dan juga ikut membantu menaikkan tarafpendapatan ekonomi Masyarakat Lainnya di Desa Tabumela, Kecamatan Tilango, Kabupaten Gorontalo. Kehadiran UKM Ershop yang menggunakan pendekatanSociopreneurship sebagai alternatifnya mampu menambah pengetahuan tentang manfaatyang dihasilkan kepadaMasyarakat UKM lainnya. Teknik pendekatan Sociopreneurshipdan juga di dukung oleh melalui Social Media Marketing Activity dan alternatif masalah yang dapat diterapkan menjadi meningkat. Bertambahnya pengetahuan UMKM berbasisSociopreneurship merupakan kesadaran bagi para pelaku usaha UKM terhadap perkembangan kebutuhan konsumen yang ada di sekitar. Para pelaku UKM, khususnya UKM Ershop terus belajar bagaimana menata sebuah usaha secara baik dan benar denganmengasah kemampuan dan berkontribusi pada ilmu yang ada. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh (Makhrus & Cahyani, 2017), Berwirausaha merupakan aktivitas yang dinamis setiap harinya. Seorang pengusaha harus memiliki kreativitas, ide yang terbaharukan, dan bisa membaca budaya masyarakat tempat usaha tersebut dijalankan. Orang-orang yang memiliki kemauan dan berjiwa Sociopreneurship dapat memimpin jalannya era bisnis digital Industry 5. 0.

## **Pembahasan.**

### **Sociopreneurship UMKM di Desa Tabumela.**

Berdasarkan informasi yang telah diperoleh selama penggalian lapangan danpengumpulan data, temuan penelitian dapat dirumuskan sesuai dengan rumusan masalah untuk mencerminkan bagaimana para pelaku UMKM, khususnya UKM Ershop dalam mendukung model pendekatan Sociopreneurship sehingga mampu dalam menerapkan strategi pemberdayaan masyarakat UMKM Sociopreneurship di Desa Tabumela, Kecamatan Tilango, Kabupaten Gorontalo. Penerapan Sociopreneurship dalam pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan sebuah strategi baru guna membantu masyarakat untuk dapat membuka dan meningkatkan suatu usaha. Sociopreneurship inilah yang akan membuka peluang dan kesempatan untuk masyarakatbekerja sama dalam memproduksi hasil dari usaha yang diperolehnya, yang dikarenakanoleh keterbatasan kemampuan dari pelaku usaha dalam memproduksi produk yang dihasilkan. hal inilah yang dilakukan oleh usaha kecil dan menengah (UKM) Ershop yangterdapat di Desa Tabumela, Kecamatan Tilango, Kabupaten Gorontalo.

Berdasarkan dari hasil dampak tersebut, dapat dipastikan penerapan pendekatan Sociopreneurship dalam strategi pemberdayaan masyarakat UKM Ershop mampu membawa perubahan, peningkatan potensi dan peran aktif Masyarakat UKM sekitarnya.Selain itu, dengan adanya penerapan strategi pendekatan Sociopreneurship bagi Masyarakat UKM Ershop memiliki dampak terhadap agen perubahan. Perubahan, peningkatan potensi dan peran aktif Masyarakat UKM disebabkan oleh adanya ide-ide baru, kesadaran dan pengetahuan Masyarakat tentang Pendekatan Sociopreneurship dan Social Media Marketing Activity, serta isu-isu alternatif yang dapat diterapkan. Perubahan potensi Masyarakat UKM ditandai dengan tumbuhnya kesadaran dan keinginan berwirausaha bagi kalangan Masyarakat. Masyarakat dalam berwirausaha UKM diberi penguatan dan motivasi sebagai upaya untuk mampu dalam meningkatkan taraf kemakmuran bersama.

Masyarakat memiliki kemampuan yang lebih aktif terhadap potensi inovatif dan adaptasi. Gagasan baru Masyarakat yang berbeda dari pengetahuan sebelumnya serta kesadaran Masyarakat tentang pokok masalah memberikan Masyarakat inovasi baru terkait denganprogram kerja, yaitu



Kewirausahaan melalui penjualan Skincare&BodyLotion. Hal ini mampu memberikan sumbangsih pendapatan atau Income, bagi para pelaku UMKM. UMKM Ershop berperan aktif sebagai Distributor Kepada Masyarakat UKM lainnya sebagai kekuatan untuk membantu meningkatkan taraf perekonomian masyarakat sekitar, Selain itu dengan diterapkannya Strategi pendekatan Sociopreneurship dan juga sosial. Media Marketing Activity sebagai alternatif target pemasaran kepada Masyarakat UKM lainnya, dan juga UKM Ershop mampu menciptakan lingkungan penjualan yang baik bagi sesama pelaku UKM. Strategi pemberdayaan Masyarakat UMKM sebagai agen perubahan diawali dengan peningkatan informasi tentang pentingnya penerapan Sociopreneurship dan Social Media Marketing Activity dalam membantu peningkatan dan perluasan ruang lingkup penjualan bagi para pelaku UKM di Desa Tabumela, Kecamatan Tilango, Kabupaten Gorontalo.

### **Simpulan.**

Pelaksanaan model kerja pemberdayaan merupakan pedoman perencanaan kerja pemberdayaan masyarakat. Ini dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengidentifikasi indikator dan mengevaluasi upaya keterlibatan, dan membantu menilai apakah proses dan hasil mengarah pada pemberdayaan masyarakat. Namun, pembahasan mengenai pengembangan dimensi pemberdayaan masyarakat pada tataran operasional belum dilakukan, dan masih sedikit upaya untuk menggunakan perspektif kewirausahaan sosial dalam membangun dan mengembangkan potensi masyarakat.

Usaha Kecil Menengah (UKM) Ershop memiliki pengaruh dan kemampuan untuk mendukung dan mendorong terciptanya usaha kecil menengah baru di masyarakat sekitar. Selain itu, UKM Ershop dengan kegiatan social media marketing menggunakan model advertiser learning atau social media advertising memberikan kontribusi yang besar terhadap ruang pemasaran untuk meningkatkan jangkauan konsumen, menguntungkan kedua UKM tersebut.

### **Daftar Pustaka**

- Amalia A, Syawie M. 2015. Pembangunan Kemandirian Desa melalui Konsep Pemberdayaan: Suatu Kajian dalam Perspektif Sosiologi.
- Dees G. 2013. For-Profit Social Ventures. *Internatinal Journal Of Enterpreneurship Education*, 2(1).
- Faisal. 2015. Modul Hukum Ekonomi Islam. Lhokseumawe : Unimal Press
- Hendryadi, et. Al, (2019). Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik, Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Makhrus, Cahyani, P.D. (2017). Konsep Islamicpreneurship dalam Upaya Mendorong Praktik Bisnis Islam. *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. XVIII No. 1, 1-20.
- Mardikanto. 2010. Konsep pemberdayaan Masyarakat. Surakarta : PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Moleong J Lexy. (2017). Metodologi penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosda Karya Bandung.
- Mulyadi, 2005. Akuntansi Biaya, Edisi Kelima, Yogyakarta: Unit penerbit dan Pencetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Praszkie, R. 2009. Social Capital Built by Social Entrepreneurs and the Specip Personality Traits That Faciliate the Process.
- Santosa. 2007. Peran Social Enterpreneurship dalam pembangunan. Makalah Dipresentasikan di acara seminar “membangun sinergitas Menuju Bangsa Indonesia yang inovatif.



Volume 03, (2), June 2023

<http://ejournal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>

Shaker A. Zahra, H. N (2008). Globaliation Of Social Entrepreneurship Opportunities.Strategic Entrepreneurship Journal, 117-131.  
Untoro, J. 2017. Kewirausahaan Menurut para Ahli.