

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DALAM UPAYA MERUBAH PERILAKU PELAKU USAHA HOME INDUSTRI DALAM MEMASARKAN DAN MENJUAL PRODUK

Darlan¹, Rahma Novianti²

^{1,2} Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda
Email Coresspondence: darlan@uwgm.ac.id

Received
3 Oktober 2022

Article Info
Accepted
30 Oktober 2022

Published
30 November 2022

Keywords:

Sosialisasi
Proses Produk Halal
Sertifikasi Halal

ABSTRACT

In this service, we will introduce and provide insight into the influence of technology on home industry business actors in marketing and selling their products. This service is carried out using the location survey method, interviews, and then an introductory stage of socialization regarding the use of technology to market and sell products online. Technological developments attract business actors to increase their knowledge and learn more deeply to market and sell their products even better. After the implementation of this service, it is hoped that home industry business actors in the East Sempaja Village can utilize technology by using online businesses such as marketing and sales on social networks such as Facebook and Instagram using email or websites so as to increase income from these products.

ABSTRAK

Dalam pengabdian ini akan mengenalkan dan memberi wawasan tentang pengaruh teknologi terhadap pelaku usaha home industry dalam memasarkan dan menjual produknya. Pengabdian ini dilakukan dengan metode peninjauan lokasi, wawancara kemudian melakukan sosialisasi tahap pengenalan tentang pemanfaatan teknologi untuk memasarkan dan menjual produksi secara online. Perkembangan teknologi menarik pelaku usaha untuk meningkatkan pengetahuannya dan mempelajari lebih dalam untuk memasarkan dan menjual produknya lebih baik lagi. Setelah adanya pelaksanaan pengabdian ini diharapkan pelaku usaha home industry di kelurahan sempaja timur dapat memanfaatkan teknologi dengan menggunakan bisnis online seperti pemasaran dan penjualan di jejaring social facebook, instagram yang menggunakan email atau website sehingga meningkatkan penghasilan dari produk tersebut.

Copyright and License:

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



1. PENDAHULUAN

Dalam pengelolaan modal serta sumber daya yang relative minim dan kurangnya pengetahuan serta kemampuan manajemen pengelolaan usaha home industry mengakibatkan kebanyakan mempunyai penjualan

yang relative sama serta mempunyai pangsa pasar yang tidak luas yang mengakibatkan kesulitan untuk dapat berkembang. Kegiatan penjualan adalah suatu seni tentang produk, layanan, ruang atau konsep, menjual sesuatu dengan membutuhkan tehnik serta bakat yang diperoleh secara internal. (Hutauruk dkk, 2019).

Permasalahan yang sering dialami oleh pelaku home industry salah satunya masalah permodalan, mendistribusikan barang, legalitas perijinan, pembukuan manual serta pemasarannya. Suatu alat yang terdiri dari perangkat lunak dan perangkat keras yang kegunaannya untuk mengolah data serta memberikan informasi secara efisien dan efektif untuk memenuhi kebutuhan manusia adalah teknologi informasi. Saat ini dalam kemajuan teknologi informasi tidak bisa dipungkiri merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari, sebab kemajuan teknologi selalu akan berjalan dan berkembang dengan sangat cepat beriringan dengan tambah majunya ilmu pengetahuan (Wahyuti dkk, 2019) (Aprianti dkk, 2022). Pemanfaatan teknologi dalam system komunikasi pada berbagai sector kehidupan merupakan salah satu inovasi yang dibuat guna memberi manfaat positif untuk kehidupan ini.

Jika sedang menjalankan bisnis, pasti mengharapkan bisnis yang dilakukan saat ini mengalami peningkatan dari semua sisi. Usaha untuk meningkatkan tersebut salah satunya secara online. Bisnis yang sangat tergantung dengan teknologi salah satunya yaitu bisnis online. Bisa tidak bisa bisnis online memaksa pelaku usaha bisnis dalam upaya meningkatkan penjualannya apalagi disaat situasi pandemi yang memaksa orang tidak keluar rumah atau mengurangi aktivitasnya di luar rumah secara tidak langsung mengubah pola hidup masyarakat khususnya belanja yang sebelumnya offline beralih ke online. (Hutauruk dkk, 2020), (Dachlan dkk, 2022).

Dalam memulai bisnis harus menentukan dulu tujuan bisnis online apakah menaikkan penjualan, dapat membuat konten yang menarik yang mengangkat produk sebagai hihligt baik itu di media social maupun website. Agar konsumen tertarik pada produk yang dijual maka harus melakukan marketing yang utama berkaitan dengan anggaran dan anggaran marketing dalam bisnis apapun merupakan salah satu yang sangat banyak mengeluarkan biaya.

Pemasaran dan menjual produk dengan menggunakan media social dapat memberikan pengetahuan para pelaku usaha home industri mengenai cara ataupun tahapan dalam memluas jaringan konsumen dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi home industry itu sendiri. Pemanfaatan teknologi akan mengubah sebageian besar konsep dari pemasaran yang sebelumnya melalui offline dan bagi konsumen juga membuat nyaman sebab dapat membeli produk dari rumah saja dan memilih produk sesuai selera konsumen dengan mudah. (Hutauruk dkk, 2020).

Strategi bisnis online sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dalam memasarkan dan menjual produknya antara lain hasil cepat terlihat dan dapat diukur, target konsumen dapat diatur sesuai domilisi, gaya hidup bahkan kebiasaan dan jangkauan lebih luas serta dapat tidak terbatas waktu kapanpun. Bisnis online yang pasti juga ada kelemahannya anatara lain mudah dicontoh oleh produsen lain, dapat disalahgunakan pihak lain dan konsumen tidak semua orang dapat menggunakan aplikasi digital. (Chairuddin dkk, 2015).

Kekurang tahaun mitra tentang manfaat serta penggunaan tehnologi sehingga masih terkendala pada pemasaran hasil produksi dan tidak adanya manajemen keuangan sehingga sulit mengetahui pasti keuntungan yang dicapai. Memperkenalkan sekaligus memberi pemahaman dalam pemanfaatan serta menggunakan teknologi sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas produksi dan penjualan produknya dengan melalui bisnis online. Memberikan wawasan dan mengenalkan tentang peran teknologi dan pemanfaatan teknologi dalam upaya merubah perilaku pelaku usaha home industry dalam memasarkan dan menjual produknya dengan beberapa tahapan yang dimulai dari tahapan pengenalan, praktik dan pendampingan. Melalui kegiatan ini diharapkan mitra akan dapat memanfaatkan teknologi sebagai media untuk memperkenalkan hasil usaha penjualan produk, mampu mempromosikan produknya dan produkya lebih dikenal lebih luas oleh masyarakat sehingga meningkatkan pendapatannya.

2. METODE

Masalah yang akan diselesaikan adalah membantu UMKM di Kota Samarinda dalam pengurusan Sebagai upaya guna membantu pelaku usaha home industry dalam meningkatkan pangsa pasar serta meningkatkan penghasilan yang diperoleh dengan pemasaran secara efektif, maka diperlukan upaya yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan yang ada pada pelaku usaha home indusri di kelurahan sempaja timur sampai dapat meningkatkan penjualannya serta meningkatkan pendapatannya dengan kegiatan pemasaran produknya yang lebih responsive dan aktif terhadap kebutuhan konsumen. (Aprianti & Wati, 2022).

Pemasaran secara digital merupakan salah satu solusi dalam memanfaatkan trend yang ada dalam masyarakat dari tidak mengenal teknologi beralih ke teknologi informasi yang lebih canggih dengan memasarkan produknya secara ekonomi mandiri. Cara menggunakan media pemasaran secara digital merupakan salah satu cara dalam mengatasi permasalahan yang telah dihadapi oleh pelaku usaha home industry, pelaksana akan melakukan edukasi dan pendampingan yang harapannya dapat menjadikan kepercayaan pada diri pelaku usaha home industry.

Metode kualitatif yang akan digunakan dalam pengabdian dan juga menggunakan model triangulasi yaitu dengan menggabungkan beberapa metode antara lain wawancara yang terstruktur serta mendalam kemudian dilanjutkan dengan observasi terhadap pelaku usaha home industry. (Abbas & Novianty, 2022). Metode kualitatif gunanya untuk menghasilkan data deskriptif yang berupa kata yang tertulis maupun secara lisan dari responden yang diamati yaitu pelaku usaha home industry yang tujuannya mendapatkan gambaran mengenai pandangan responden yang ada hubungannya dengan ide, persepsi, kepercayaan dan semua yang tidak dapat diukur dengan angka.

Mitra dalam pengabdian ini adalah pelaku usaha home industry yang aktif di kelurahan sempaja timur khususnya pada RT. 048 yang belum memahami dan mengetahui tentang teknologi informasi menggunakan bisnis online pada jejaring media social dalam pemasarannya dan menjual produknya. Dilanjutkan tahap pengenalan yaitu mitra diberikan wawasan tentang bagaimana peran teknologi beserta pengaruhnya terhadap produktifitas produksi serta pemasaran dan penjualannya juga cara penggunaannya.

Dalam melaksanakan pengabdian ini mempunyai bebrapa tahapan antara lain pertama mengidentifikasi kesulitan, kendala serta permasalahan, mendata masalah dengan cara wawancara, berdiskusi, merencanakan metode pemasaran yang tepat dan yang sesuai, dan memberikan edukasi serta pendampingan dalam melakukan pemasaran yang berbasis digital tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan pengabdian pertama tim pelaksana mengadakan kunjungan pada salah satu pelaku usaha home industry kemudian melakukan wawancara dan observasi dengan salah satu pelaku usaha home industry, berdasarkan hal tersebut didapat bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi mengakibatkan pelaku usaha harus mau tidak mau khususnya dalam proses pemasarannya menyesuaikan diri. Terkait dalam pemanfaatan teknologi pemasaran secara digital, pelaku usaha home industry telah mengenal media social tetapi dalam menggunakan masih terbatas sebagai pengenalan produk.

Media social salah satunya merupakan salah satu cara dalam pemanfaatan untuk proses pemasaran yang memudahkan pelaku usaha home industry dapat berinteraksi serta menarik konsumen secara langsung. Dalam pengabdian ini pemantauan teknologi pemasaran secara digital dapat dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu mengidentifikasi masalah serta kendala, melakukan pemasaran produk secara digital, memilihkan cara pemasaran sesuai dengan kebutuhan dari pelaku usaha home industry dan yang terakhir ada pendampingan dalam penggunaan pemasaran secara digital tersebut. (Suyanto dkk, 2021)

Pada awalnya permasalahan pada pelaku usaha adalah sebagian besar menggunakan penjualan secara manual dengan cara langsung dengan bertemuanya antara penjual dan pembeli dan mempunyai keterbatasan karena ruang lingkup pemasarannya terlalu sempit. Ada juga yang memasarkan dengan cara menitipkan barang ke tempat atau warung. Dari penjualan secara manual tersebut mengakibatkan modal usaha kadang menjadi piutang karena hasil penjualan akan diterima setelah barang tersebut terjual yang mengakibatkan perputaran penjualan lebih lambat, proses produksi juga terhambat dan lebih parah jika modal usaha dari pinjaman akan mengakibatkan terhambatnya untuk membayar angsuran pinjaman modal usahanya.



Gambar 1. Ketua Tim pelaksana sosialisasi tentang bagaimana memanfaatkan teknologi pemasaran digital guna merubah perilaku pelaku usaha khususnya home industry.

Dengan adanya teknologi kemudian dengan adanya group pada salah satu tingkat rukun tetangga maka penjualannya menggunakan teknologi pemasaran digital melalui media social antara lain whatsapp yang digunakan sebenarnya untuk kerukunan tetangga yang akhirnya setiap pelaku usaha memasarkan penjualannya pada group whatsapp tersebut tetapi masih dalam lingkup sempit namun sudah tergolong canggih atau tidak manual.

Pengenalan dalam pemanfaatan teknologi pemasaran digital pada para pelaku usaha home industry memiliki tantangan karena ada yang menerima dan ada yang tidak termasuk dalam pengenalan pemasaran yang tidak biasa mitra lakukan. Terkadang mitra yang tidak menerima menganggap cara penjualannya sudah sesuai dan merasa tidak menjadi masalah selama ini, dari mitra ini pelaksana bisa menggunakan metode pendekatan dengan lebih berdampingan menyampaikan manfaat positif yang akan diperoleh.



Gambar 2. Salah satu bentuk barang penjualan dari pelaku usaha home industry yang pemasarannya secara manual dan digital melalui whatsapp group RT.

Manfaat dari penggunaan pemanfaatan teknologi terutama pemasaran secara digital antara lain memperluas pangsa pasar dari penjualan mencakup wilayah yang lebih luas, meningkatkan jumlah penjualan dan jumlah konsumen sebagai peminat dari produknya, dapat melayani konsumen secara luas, perputaran modal menjadi lebih cepat dan terencana, penghematan biaya pemasaran produk dan dapat diharapkan meningkatkan akses penjualan serta perolehan pendapatan yang lebih tinggi.

Perencanaan pemanfaatan teknologi pemasaran digital pelaku usaha home industry membutuhkan kemampuan yang dimilikinya hingga dapat menerapkan, melakukannya dengan mudah dan tepat. Upaya dalam melaksanakan penjual secara online harapannya untuk semakin meningkatkan kualitas serta nilai jual dari produknya. Media pemasaran yang lebih optimal lagi adalah instagram dengan cara melakukan update informasi terbaru. Mengharapkan mitra dapat secara terus menerus belajar dan beradaptasi dalam

memanfaatkan teknologi yang semakin hari semakin berkembang sehingga tidak ketinggal informasi terutama dalam hal pemasaran produknya

4. KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan pengabdian yang telah kami laksanakan bahwa aspek manajemen usaha, modal usaha, pengelolaan keuangan dan pemasaran produk merupakan permasalahan utama pada perilaku usaha home industry. Sedangkan masyarakat kebanyakan hanya mengenal pemasaran secara manual sehingga pemanfaatan teknologi pemasaran secara digital merupakan salah satu solusinya yang mau tidak mau pelaku usaha harus lebih memiliki pengetahuan dan pemahaman dalam mengoperasikan media social sehingga harapannya dapat menukung penjualan produknya dan meningkatkan pendapatannya

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada referensi anonim atas saran mereka yang bermanfaat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. A. Y., & Larasati, L. (2022). Effectiveness use of working capital during the covid-19 pandemic at pt. mitra adiperkasa tbk. *Jurnal Mantik*, 5(4), 2425-2429
- Abbas, M. A. Y., & Novianty, R. (2022). Pendampingan peningkatan kemampuan manajemen keuangan di toko kue hj ida pasar ijabah samarinda. *Jurnal Pengabdian Kreativitas Pendidikan Mahakam (JPKPM)*, 2(1), 162-164
- Aprianti, D. I., & Wati, S. A. J. A. (2022). Sosialisasi keterampilan negosiasi kalangan siswa sma kota samarinda. *Jurnal Pengabdian Kreativitas Pendidikan Mahakam (JPKPM)*, 2(1), 80-84
- Aprianti, D. I., Reonald, N., & Daru, R. S. N. (2022, April). Destination image of people's republic of china. *In Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)* (pp. 2147-2156)
- Chairuddin, S., Riadi, S. S., & Hariyadi, S. S.(2015). Antecedent work engagement and organizational commitment to increase the outsourcing employees performance in department of cleanliness and horticultural. *European Journal of Business and Management*, 7(14), 1-14
- Dachlan, R. S. (2022). Financial distress analysis of hotel companies listed on the indonesia stock exchange during the covid-19 pandemic. *Jurnal Mantik*, 6(2), 1829-1836
- Hutauruk, M. R., Ghozali, I., Aprianti, D. I., Reonald, N., & Mushofa, A. (2020). Marketing mix and customer satisfaction in its role toward customer loyalty through environmental accounting moderation. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 996-1001
- Hutauruk, M. R., Ghozali, I., Aprianti, D. I., Reonald, N., & Mushofa, A. (2020). hug mix and customer satisfaction in its role toward customer loyalty through environmental accounting moderation. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 996-1001
- Hutauruk, M. R., Suyanto, S., & Abbas, M. A. Y. (2018). Pengaruh program zahir accounting versi 6 terhadap sistem informasi akuntansi dan sistem pengendalian internal serta sistem informasi keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah di kalimantan timur. *Prosiding Seminastika*, 1(1), 245-255
- Kadir, Abdul & Tri wahyuni, 2003, *Pengenalan Teknologi Informasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Kotler & Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran (13 jilid 1*, Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Rauf, Abdul dan Ismayudin Y, 2016, *Manajemen Pemasaran*, CV Grafika Arta Nawala, Jakarta
- Siswanto, 2013, *Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*, Liquidity, vol.2 No.1, pp.80-86
- Suyanto, S. S., Hariyadi, S., & Suharto, R. B. (2021). Factors Affecting Work Stress And Performance With Compensation Moderation In Working Load Relationships On The Performance Of Private Teachers In East Kalimantan. *Psychology And Education*, 58(1), 2398-2411
- Wahyuti, S., Setyadi, D., & Kusumawardani, A. (2019). Pengaruh kinerja keuangan terhadap return saham dengan makro ekonomi sebagai variabel moderasi perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 4(4)