

Pelatihan Pemanfaatan Teknologi untuk Bisnis Online bagi Ibu Rumah Tangga Kelurahan Ponorogo

Yayang Eluis Bali Mawartika¹, Rakhmad Kuswandhie², Endang Etriyanti³, Ahmadi⁴, Veradilla Amalia⁵,
Yogi Primadasa⁶

Sistem Informasi, STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau

¹yayangeluisbm@gmail.com, ²ma2dxl@gmail.com, ³endang.etriyanti@gmail.com, ⁴ahmadi.bnj@gmail.com,
⁵veradillamalia@gmail.com, ⁶yogiak45@gmail.com

Abstract

The process of buying, selling or exchanging products, services and information can now all be done through technology. All of the activities are included in e-business. E-business activities can be carried out by anyone, from office workers to housewives. It gives the impression that housewives just stay at home, even though in fact housewives can carry out activities that can make money, namely through e-business. However, the average housewife does not have knowledge regarding implementing e-business due to a lack of information or experience with e business. Community service is carried out in the Ponorogo Village, North Lubuklinggau II District, Lubuklinggau City, specially of housewives. This Community Service provides training to housewives on how to utilize technology for online business. It is hoped that the implementation of this Community Service will be able to provide information and knowledge to housewives regarding the use of technology for online business.

Keywords: technology, digital marketing, housewife

Abstrak

Proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi saat ini semuanya dapat dilakukan melalui teknologi. Semua kegiatan tersebut termasuk dalam bagian dari e-business. Kegiatan e-business bisa dilakukan oleh kalangan manapun, dari pekerja kantoran hingga ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga terkesan hanya berdiam diri di rumah, padahal sebenarnya ibu rumah tangga bisa melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan uang, yaitu melalui e-business. Namun rata-rata ibu rumah tangga belum memiliki pengetahuan terkait pelaksanaan e-business dikarenakan kurangnya informasi atau pengalaman dari e-business. Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilakukan di lingkungan Kelurahan Ponorogo Kecamatan Lubuklinggau Utara II Kota Lubuklinggau diperuntukkan khusus untuk ibu rumah tangga. Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini memberikan pelatihan kepada ibu rumah tangga mengenai bagaimana memanfaatkan teknologi untuk bisnis online. Diharapkan dari pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini mampu memberikan informasi dan pengetahuan kepada ibu rumah tangga mengenai pemanfaatan teknologi untuk bisnis online.

Kata kunci: teknologi, pemasaran digital, ibu rumah tangga

© 2024 Jurnal Pustaka Mitra

1. Pendahuluan

Bidang teknologi informasi dan komunikasi saat ini terus berkembang pesat, dan menjadikan seluruh ranah kehidupan dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi [1]. Teknologi hadir dengan memberikan

berbagai macam manfaat serta kemudahan untuk individu dalam segala aspek, terutama melalui kehadiran internet (*international networking*) [2]. Internet terus berkembang dan masuk dalam kehidupan manusia [3]. Melalui teknologi internet

siapa pun dapat dengan mudah memperoleh informasi dimanapun dan kapanpun [4]. Pengguna internet terus mengalami peningkatan. Meningkatnya penggunaan internet ini juga mempengaruhi perkembangan *e-commerce* atau pemasaran digital di Indonesia. Perkembangan teknologi, dunia digital dan internet yang begitu pesat menyebabkan pemasaran di dunia bergeser dari pemasaran konvensional (*offline*) menjadi pemasaran digital (*online*) [5].

Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan komunikasi dan transaksi yang dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mengglobal atau mendunia [6]. Pemasaran digital merupakan salah satu wadah dalam mempromosikan dagangan melalui media digital yang mampu menjangkau konsumen dimanapun dan kapanpun [7]. Pemasaran digital memberikan implikasi yang menjangkau jauh terhadap kepentingan dari berbagai elemen yang berbeda [8]. Pemasaran digital memiliki tipe yang di dalamnya terdapat banyak teknik dan praktik yang mengandung kategori pemasaran internet. Pemasaran digital terus meningkat dan semua orang bahkan perusahaan besar juga mulai memasuki pemasaran digital sebagai upaya meluaskan pangsa pasarnya. Beragam *platform* digital juga semakin muncul secara beragam hal ini juga menyebabkan *trend* pemasaran digital terus meningkat dan merambah semua kalangan [9]. *E-commerce* memiliki banyak manfaat seperti memperluas peluang perusahaan di pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan komunikasi, meningkatkan citra perusahaan, mempercepat proses, dan meningkatkan produktivitas karyawan [10].

Sasaran dari pemasaran digital umumnya adalah para pengguna media sosial, oleh karena itu pemasaran digital sering diterapkan melalui media sosial melihat pengguna media sosial saat ini sangat banyak [11]. Selain media sosial pemasaran digital juga dapat dilakukan melalui *marketplace*. *Marketplace* merupakan wadah pemasaran produk secara elektronik yang dapat mempertemukan begitu banyak penjual dengan pembeli dan dapat saling melakukan transaksi jual beli [12]. Dengan adanya *marketplace* penjual tidak akan kesusahan saat akan menjual produknya. Penjual hanya perlu mendaftar dan memiliki akun di *marketplace* untuk bisa memulai berjualan secara online.

Penjual atau pelaku usaha dalam membangun usaha atau bisnisnya memiliki tantangan tersendiri. Permasalahan yang paling utama adalah kompetisi bisnis. Strategi seperti apa yang harus ditentukan serta inovasi dan kreativitas seperti apa yang harus diterapkan. Selain permasalahan kompetisi bisnis, pengetahuan mengenai ilmu bisnis dan teknologi juga menjadi pekerjaan rumah bagi pelaku usaha karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat [13].

Pelaku usaha saat ini tidak hanya berasal dari kalangan yang memang sudah memiliki *background*

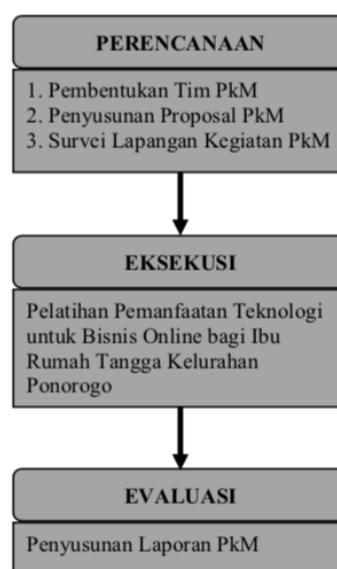
bisnis, perusahaan besar, dan pedagang saja. Namun pelaku usaha sudah merambah ke semua kalangan termasuk ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga memiliki peran penting dalam mengatur keuangan rumah tangga. Di masa sekarang ibu rumah tangga tetap bisa menghasilkan uang meskipun hanya berada di dalam rumah. Salah satunya melalui usaha pemasaran digital. Namun rata-rata ibu rumah tangga belum memiliki pengetahuan terkait pelaksanaan pemasaran digital tersebut, dikarenakan kurangnya informasi atau pengalaman terkait pemanfaatan teknologi untuk berbisnis secara online.

Berdasarkan latar belakang tersebut perlu dilakukan pelatihan, pembinaan dan pemberian informasi yang baik dan benar kepada ibu rumah tangga mengenai bagaimana cara memanfaatkan teknologi untuk berbisnis secara online.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi, pelatihan dan pengalaman kepada ibu rumah tangga khususnya ibu rumah tangga Kelurahan Ponorogo Kecamatan Lubuklinggau Utara II Kota Lubuklinggau. Diharapkan dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dapat membuka wawasan ibu rumah tangga mengenai bagaimana memanfaatkan teknologi untuk bisnis online, sehingga dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga.

Metode atau tahapan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dimulai dari perencanaan, eksekusi, dan evaluasi. Tahapan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tersebut terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode PkM

2.1. Perencanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tahapan yang pertama kali dikerjakan adalah tahapan perencanaan. Tahapan perencanaan memiliki 3 (tiga) sub kegiatan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pembentukan Tim PkM
Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) terdiri dari 6 (enam) orang Dosen STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau. Tim PkM dibentuk atas persetujuan Kepala Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau.
- 2) Penyusunan Proposal PkM
Setelah Tim PkM selesai dibentuk, selanjutnya Ketua Tim beserta Anggotanya menyusun Proposal pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Setelah disusun, selanjutnya proposal diserahkan kepada Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau.
- 3) Survei Lapangan Kegiatan PkM
Setelah proposal pelaksanaan PkM disetujui oleh Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau. Selanjutnya Tim PkM melakukan survei lapangan tempat dimana pelaksanaan PkM akan dilaksanakan. Tempat pelaksanaan Pk Mini dilaksanakan di Kantor Kelurahan Ponorogo Kecamatan Lubuklinggau Utara II Kota Lubuklinggau. Pada survei lapangan ini juga melakukan komunikasi dengan pihak Pemerintah setempat dalam hal ini Lurah Kelurahan Ponorogo untuk memperoleh ijin pelaksanaan.

2.2. Eksekusi

Setelah tahap pertama selesai, selanjutnya masuk ke dalam tahapan kedua yaitu tahap eksekusi. Tahap eksekusi disebut juga dengan tahap inti, dimana dalam tahap eksekusi ini kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berbentuk pemberian informasi, pelatihan dan pembinaan kepada ibu rumah tangga mengenai pemanfaatan teknologi untuk bisnis online dilaksanakan. Peserta pelatihan ini adalah ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Ponorogo Kecamatan Lubuklinggau Utara II Kota Lubuklinggau. Pada tahap eksekusi ini terjadi interaksi langsung antara Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan peserta.

2.3. Evaluasi

Setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat selesai dilaksanakan, tahap yang terakhir adalah melaksanakan evaluasi. Pada tahap evaluasi ini Tim PkM menyusun laporan dan mengevaluasi bagaimana hasil kinerja dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Dari laporan kegiatan PkM akan

terlihat hasil akhir dari kegiatan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Kelurahan Ponorogo

Kelurahan Ponorogo merupakan salah satu kelurahan yang berada dalam Kawasan Kecamatan Lubuklinggau Utara II Kota Lubuklinggau. Kecamatan Lubuklinggau Utara II merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Lubuklinggau yaitu sebanyak 38.302 jiwa dan memiliki jumlah rumah tangga yaitu sebanyak 9.894 rumah tangga [14].

3.2. Pemasaran Digital

Pemasaran digital merupakan proses yang menggunakan teknologi digital sebagai alat untuk memperoleh pelanggan, membangun preferensi pelanggan, mempromosikan merek, mempertahankan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk menarik dan melibatkan pelanggan dan pemasok secara bersama-sama untuk meningkatkan strategi komunikasi dalam mempromosikan hubungan di antara pemangku kepentingan yang melampaui batas jarak dan waktu [15].

Layanan pemasaran digital sebagai “periklanan Online” memiliki tiga kategori umum, yaitu iklan penelusuran, iklan terselubung dan iklan bergambar. Pemasaran digital juga diartikan sebagai seperangkat elemen terpenting dari teknologi informasi [16].

Penggunaan teknologi digital dapat dengan mudah disesuaikan oleh siapa saja, bahkan remaja dan anak-anak, TI dapat diberdayakan untuk eksploitasi dapat eksplorasi pemasaran digital. Penggunaan TI untuk eksploitasi dapat membantu tugas-tugas terstruktur, menyempurnakan kemampuan perusahaan dan efisiensi proses, sedangkan yang tidak terstruktur dapat dilihat pada kemampuannya membangun kompetensi baru dan menemukan peluang baru.

3.3. Pemberian Informasi dan Pelatihan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Kelurahan Ponorogo Kecamatan Lubuklinggau Utara II Kota Lubuklinggau Sumatera Selatan. Kegiatan dilaksanakan melalui workshop meliputi pemberian informasi dan pelatihan mengenai Pemanfaatan Teknologi untuk Bisnis Online bagi Ibu Rumah Tangga.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berjalan dengan lancar serta mendapatkan apresiasi dari peserta pelatihan yaitu ibu-ibu rumah tangga Kelurahan Ponorogo. Peserta kegiatan Pengabdian

kepada Masyarakat mengikuti pelatihan dengan serius serta aktif.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang berbentuk workshop ini diawali dengan penyampaian materi dari Tim PkM mengenai Manfaat Teknologi untuk Bisnis Online. Dalam penyampaian materi ini juga peserta dipersilakan untuk berdiskusi atau memberikan tanggapan maupun pertanyaan terkait materi yang disampaikan. Melalui materi yang diberikan diharapkan ibu-ibu rumah tangga memperoleh pengetahuan baru mengenai apa saja manfaat teknologi dalam menjalankan bisnis online, apa saja fitur-fitur teknologi yang bisa mendukung bisnis online, dan bagaimana menjalankan bisnis online menggunakan fasilitas teknologi.

Tidak hanya penyampaian materi, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini juga memberikan pelatihan kepada ibu-ibu rumah tangga Kelurahan Ponorogo untuk praktik langsung memanfaatkan teknologi untuk bisnis online. Dimulai dari mengenalkan bentuk-bentuk *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, atau Media Sosial (Facebook dan Instagram). Kemudian peserta akan dipandu bagaimana membuat akun pada *marketplace* atau media sosial, serta yang terakhir diberikan panduan untuk menjalankan bisnis online dengan fasilitas teknologi tersebut. Praktik jual beli atau pemasaran digital juga dilaksanakan dalam pelatihan ini, sehingga ibu-ibu rumah tangga tidak hanya memperoleh informasi berupa materi manfaat teknologi dalam bisnis online namun mereka juga langsung praktik untuk menjalankan pemasaran digital melalui teknologi seperti *marketplace* atau media sosial.

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tersebut di dokumentasikan di setiap sesinya, dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Foto Bersama Sesi 1



Gambar 3. Foto Bersama Sesi 2

Melalui pelatihan ini ibu-ibu rumah tangga dapat mempraktikkan langsung proses pemasaran produk maupun jasa secara digital. Berdasarkan hasil *pre test* dan *post test* yang berupa pertanyaan terkait materi pelatihan diketahui bahwa beberapa peserta juga langsung memasarkan produk mereka melalui media sosial dan *marketplace*. Hasil *pre test* dan *post test* ditunjukkan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Hasil *Pre Test*

No	Pernyataan	Respon	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui apa itu pemasaran digital	Tahu	4	12%
		Tidak	30	88%
2	Mengenal dan mengetahui jenis-jenis <i>marketplace</i>	Tahu	15	44%
		Tidak	19	56%
3	Mempunyai produk atau jasa	Punya	14	41%
		Tidak	20	59%
4	Jika mempunyai Produk dan jasa dipasarkan melalui pemasaran digital	Ya	0	0%
		Tidak	34	100%

Tabel 2. Hasil *Post Test*

No	Pernyataan	Respon	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui apa itu pemasaran digital	Tahu	34	100%
		Tidak	0	0%
2	Mengenal dan mengetahui jenis-jenis <i>marketplace</i>	Tahu	34	100%
		Tidak	0	0%
3	Mempunyai produk atau jasa	Punya	18	53%
		Tidak	16	47%
4	Jika mempunyai Produk dan jasa dipasarkan melalui pemasaran digital	Ya	34	100%
		Tidak	0	0%

Berdasarkan hasil *pre test* pada tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa sebelum adanya pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, hanya 12% ibu-ibu rumah tangga Kelurahan Ponorogo yang memiliki pengetahuan terkait pemanfaatan teknologi untuk bisnis online. Sedangkan berdasarkan hasil *post*

test pada tabel 2 diketahui bahwa melalui pelatihan yang diberikan dari Pengabdian kepada Masyarakat, ibu-ibu rumah tangga memperoleh pengetahuan mengenai bagaimana pemanfaatan teknologi untuk bisnis online. Dibuktikan dari hasil *post test* yang menunjukkan terjadinya peningkatan pengetahuan terkait pemasaran digital yang cukup signifikan dari 12% menjadi 100%. Bahkan hasil *post test* menunjukkan bahwa 100% peserta pelatihan akan memasarkan produk atau jasa yang mereka miliki melalui teknologi seperti *marketplace* atau media sosial.

4. Kesimpulan

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang telah dilaksanakan dapat diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan ini sangat perlu dan dirasakan manfaatnya karena dapat menambah serta meningkatkan wawasan, pengetahuan, dan menimbulkan kreatifitas ibu rumah tangga Kelurahan Ponorogo. Selain itu dari hasil Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan ini membuat ibu rumah tangga Kelurahan Ponorogo mendapatkan ilmu dan pengetahuan baru dalam melaksanakan bisnis online menggunakan teknologi, serta ibu rumah tangga nantinya bisa menghasilkan uang meskipun berada di dalam rumah melalui pemanfaatan teknologi. Sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian rumah tangga. Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari kegiatan ini adalah pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini perlu untuk terus diintensifkan dan dikembangkan dengan memberikan pengetahuan lain yang berkaitan dengan teknologi.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Kelurahan Ponorogo yang telah memberikan izin kepada Tim PkM untuk melaksanakan kegiatan PkM mengenai pemanfaatan teknologi untuk bisnis online bagi ibu rumah tangga. Diharapkan kegiatan PkM ini mampu memberikan kontribusi kepada ibu rumah tangga untuk meningkatkan perekonomian rumah tangga melalui pemanfaatan teknologi untuk bisnis online.

Daftar Rujukan

- [1] Y. E. B. Mawartika, H. Juliansa, R. Kuswandhie, and A. Ahmadi, "Workshop Pemanfaatan Internet Sebagai Media Belajar di Taman Pendidikan Al-Qur'an Masjid Taqwallah," *J. Pustaka Mitra (Pusat Akses Kaji. Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, vol. 2, no. 4, pp. 214–217, 2022

- [2] P. Nugrahaningsih *et al.*, "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG," *Kumawula J. Pengabdian Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, p. 8, 2021.
- [3] U. Ni'mah, A. B. Tjahjono, and G. Shidiq, "Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Pendidikan Agama Islam," *Conf. Islam. Stud.*, pp. 326–340, 2019.
- [4] O. Y. Yuliana, "Penggunaan Teknologi Internet," *J. Akunt. Dan Keuang.*, vol. 2, no. 1, pp. 36–52, 2000.
- [5] R. Yacub and W. Mustajab, "Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce," *J. MANAJERIAL*, vol. 19, no. 2, pp. 198–209, 2020.
- [6] F. Reken, B. Modding, and R. Dewi, "Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar," *Tata Kelola*, vol. 7, no. 2, pp. 248–253, 2020.
- [7] K. Albi, "Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko," *J. Manaj. Strateg. dan Apl.*, vol. 3, no. 1, pp. 21–30, 2020.
- [8] L. B. Hasiholan and D. Amboningtyas, "Model Pemasaran Digital Marketing dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Kota Semarang," *J. Sains Sosio Hum.*, vol. 5, no. 1, pp. 45–48, 2021.
- [9] L. D. Septiningrum, K. Sadiyah, J. M. Hasan, D. R. Gustiasari, and I. Darsita, "PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENGHASILAN IBU RUMAH TANGGA (IRT) MAJLIS TAKLIM AI AULADIYAH," *Dedik. Pkm*, vol. 1, no. 3, p. 1, 2020.
- [10] P. P. Adina Dwijayanti, "Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19," *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 4, no. 2, pp. 68–73, 2021.
- [11] D. D. Fakhriyyah and Y. Wulandari, "Sosialisasi Digital Marketing dan Inovasi Produk pada UKM Gula Merah Guna Mempertahankan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19," *Jp2M*, vol. 1, no. 4, pp. 311–317, 2020.
- [12] D. Apriadi and A. Y. Saputra, "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian," *J. RESTI*, vol. 1, no. 2, 2017.
- [13] A. Santosa, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Kecil Menengah Kota Serang Di Masa Pandemi Covid-19," *Syntax Lit. J. Ilm. Indones.*, vol. 5, no. 11, p. 1257, 2020.
- [14] B. P. S. K. Lubuklinggau, *Kota Lubuklinggau Dalam Angka: Lubuklinggau Municipality in Figures 2022*. Lubuklinggau: Badan Pusat Statistik Kota Lubuklinggau, 2022.
- [15] H. A. Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media, 2016.
- [16] D. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.