

## PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLAHAN BUAH SALAK LOKAL DI KARANG JOANG BALIKPAPAN

**Umar Mustofa<sup>1\*</sup>, Muhammad Imron Zamzani<sup>2</sup> Intan Wahyu Nur Rachma<sup>3</sup>, Hendrik Suprayetno<sup>4</sup>, Muhammad Alfiannur Al<sup>5</sup>, Syamsia Wati<sup>6</sup>, Andri Hanata<sup>7</sup>, Bona Matanari<sup>8</sup>, M. Rizqi Nugraha<sup>9</sup>, Mochammad Fahmi<sup>10</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Perencanaan wilayah dan Kota, Jurusan Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Industri, Jurusan Teknologi Industri dan Proses, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

<sup>3,4,5,6</sup> Program Studi Sistem Informasi, Jurusan Matematika dan Teknologi Informasi, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

<sup>7,8,9,10</sup>Program Studi Informatika, Jurusan Matematika dan Teknologi Informasi, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

\*E-mail: umar.mustofa@lecturer.itk.ac.id

### Abstrak

Pemanfaatan perkembangan teknologi informasi dalam memasarkan produk bisnis dapat memberikan dampak yang besar bagi pelaku bisnis dalam memasarkan produknya. Penggunaan teknologi informasi sebagai media promosi dapat menjadi salah satu usaha bagi pelaku bisnis agar dapat meningkatkan pangsa pasar secara luas. Permasalahan yang ditemui pada usaha olahan buah salak adalah kesulitan dalam memasarkan produk olahan buah salak. Berdasarkan permasalahan yang ada, diperoleh solusi berupa pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi produk olahan buah salak. Metode yang digunakan dalam usaha peningkatan pemasaran produk yang ada yakni dengan memberikan edukasi serta pelatihan terkait kegunaan dari media sosial seperti *Instagram* serta media *website*. Hasil yang diperoleh pada saat melakukan pelatihan menyatakan bahwasannya dari pelaku bisnis belum menyadari akan manfaat yang diberikan media sosial dalam membantu pemasaran produk. Setelah menerapkan teknologi informasi berupa *Instagram* dan *Website*, pelaku bisnis belum merasakan dampak dari penggunaan media sosial *Instagram* serta media *website* dikarenakan akun media sosial *Instagram* masih baru dan belum banyak diakses oleh masyarakat umum sebagai calon konsumen. Harapannya dengan adanya alternatif solusi yang telah diberikan maka dapat memberikan kemudahan dalam penerapan media sosial sebagai platform promosi yang efisien dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk baik secara langsung ataupun tidak langsung.

**Kata kunci:** Media Promosi, Produk, Teknologi Informasi

### Abstract

*The use of information technology in marketing business products may have a big impact on businessman in marketing their products. The use of information technology as a promotional media might be one of the efforts for businessman to increase market share broadly. The problem faced in the snakefruit processing business is the difficulty in marketing the snakefruit processed product. Based on the existing problems, a solution was obtained that using the information technology as a promotional medium for snakefruit processed products. The method that used in are improving the marketing of existing products by providing education and training related to the use of social media such as Instagram and Website. The results obtained during the training stated that the businessman was not aware of the benefits of the social media in helping marketing product. After implementing information technology such as Instagram and Websites, businessman have not felt the impact of using Instagram social media and website media because Instagram social media accounts are still new and have not been widely accessed by the general public as potential consumers. Hopefully that by the alternative solutions that have been provided, it can provide convenience in the application of social media as an efficient promotion platform and can reach more consumers so as to increase product sales, either directly or indirectly.*

**Keywords:** *Information Technolog, Promotional Media, Products,*

## 1. Pendahuluan

Karang Joang merupakan salah satu Kelurahan yang terdapat di Kecamatan Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur. Kelurahan Karang Joang terletak di bagian utara Balikpapan yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kutai Kartanegara. Wilayah Kelurahan Karang Joang mencakup HLSW (Hutan Lindung Sungai Wain) yang merupakan daerah yang menghasilkan sayur untuk memenuhi kebutuhan Kota Balikpapan. Sebagian masyarakat yang menjalankan usaha perkebunan di Karang Joang untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan dijual ke Kota Balikpapan. ([https://id.wikipedia.org/wiki/Karang\\_Joang,\\_Balikpapan\\_Utara,\\_Balikpapan](https://id.wikipedia.org/wiki/Karang_Joang,_Balikpapan_Utara,_Balikpapan))

Umumnya masyarakat melakukan promosi produk dalam lingkup bisnisnya dengan cara membawa produk yang dihasilkan ke tempat keramaian misalnya ke pasar induk. Metode pemasaran produk dengan cara konvensional ini banyak menghabiskan waktu dan dana. Guna menghemat waktu dan dana maka perlu menggunakan media promosi yang modern. Media promosi modern memungkinkan seseorang menawarkan produk-produk bisnisnya tanpa harus datang dan membawa secara langsung produk atau barang dagangannya. (Ermatita, Nurmaini, Irmeilyana, Desiani, & Tanuji, 2016).

Perkembangan teknologi informasi saat ini dapat mendorong pertumbuhan perekonomian yang terdapat di masyarakat yang mengembangkan bisnisnya secara *online* (Irnawati, 2011). Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media dalam memasarkan bisnis, dapat membuat para pelaku usaha lebih mudah dalam memasarkan produk sehingga dapat dijangkau oleh calon konsumen lebih luas, cepat dan tepat. Penggunaan teknologi informasi sebagai media promosi yang digunakan secara optimal, memberikan banyak manfaat kepada pelaku bisnis baik secara individu ataupun kelompok. Di antara pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana promosi adalah dengan memanfaatkan media sosial. Kelebihan yang didapatkan dalam pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi informasi yakni sebagai sarana dalam berkomunikasi dengan konsumen dan dapat berkolaborasi apabila terdapat ketidakpuasan dari konsumen. (Gani & Basalamah, 2019)

Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan adanya kegiatan sosialisasi serta edukasi yang membahas pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi produk yang dapat dikelola oleh pelaku bisnis. Salah satu kelompok pelaku bisnis yang akan dijadikan objek pada kegiatan pengabdian masyarakat yakni produk olahan buah salak lokal yang berlokasi di Kelurahan Karang Joang km 21, Balikpapan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dapat diketahui bahwa produk olahan buah salak lokal di Kelurahan Karang Joang km 21 belum menerapkan pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi. Keterbatasan pengetahuan para pelaku usaha mengenai potensi penjualan serta peningkatan omzet yang diperoleh dengan memanfaatkan teknologi informasi. Oleh sebab itu perlu adanya sosialisasi serta edukasi bagi pelaku usaha untuk dapat memanfaatkan teknologi informasi dalam memasarkan produknya secara digital sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan potensi penjualan serta peningkatan omzet yang didapatkan.

## 2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan analisis dan identifikasi permasalahan yang dihadapi di lokasi pengabdian. Data awal diperoleh dengan melaksanakan observasi serta wawancara guna memperoleh gambaran holistik mengenai permasalahan yang ada di lokasi pengabdian. Metode observasi merupakan sebuah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lokasi pengabdian. Selain itu, dengan melakukan pengamatan langsung juga dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat yang

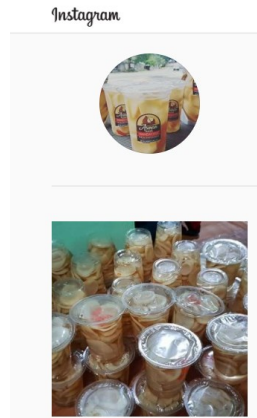
akan terlibat saat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Melalui interaksi yang baik maka akan memahami permasalahan di wilayah lokasi pengabdian masyarakat secara utuh. Selain observasi, pengumpulan data dan identifikasi masalah dilakukan dengan wawancara. Wawancara ini dapat dilakukan dengan ketua RT setepat ataupun pelaku bisnis. Dengan demikian diperoleh informasi yang akan menjadi data kebutuhan kegiatan pengabdian masyarakat.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Karang Joang berupa sosialisasi pemanfaatan teknologi informasi seperti media *website* serta akun *Instagram* sebagai media promosi produk olahan buah salak. Sebelum adanya wabah Covid-19, pendapatan rata-rata untuk produk olahan buah salak diperoleh sebesar  $\pm$  Rp 4.000.000,-/bulan. Akan tetapi, saat ini selama terjadi wabah Covid-19 pendapatan yang didapatkan mengalami penurunan sebesar 50%. Alasan utama yang menyebabkan pendapatan mengalami penurunan disebabkan lokasi penjualan produk olahan buah salak terletak di Jalan poros Balikpapan-Samarinda. Berdasarkan peraturan Pemerintah bahwasanya masyarakat harus mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah untuk menghabiskan waktu di dalam rumah saja kecuali, jika ada keperluan yang sifatnya mendesak. Dikarenakan peraturan Pemerintah terkait Covid-19 yang merupakan penyebab utama pendapatan yang diperoleh dari olahan produk buah salak mengalami penurunan.(Perwal 23 Tahun 2020)

Pemanfaatan teknologi informasi salah satunya berupa *website* serta media sosial memberikan peran yang penting dalam strategi pemasaran bagi sebuah usaha yang sudah ada. Dengan adanya peran teknologi informasi ini maka dapat mewujudkan sistem pemasaran yang efisien sehingga dapat memenuhi produktivitas yang lebih baik serta dapat meningkatkan perekonomian. Selain itu, keberadaan teknologi informasi mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelaku pasar. Informasi yang dapat diketahui oleh calon pembeli antara lain deskripsi produk yang detail, harga, sekaligus ketersediaan barang tanpa harus mendatangi langsung ke lokasi penjualan.

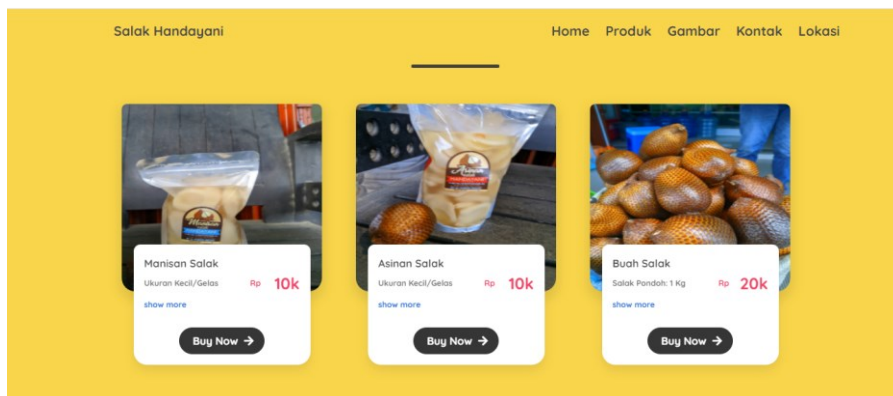
Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami memberikan solusi kepada pelaku usaha olahan buah salak untuk beralih menggunakan media sosial seperti *Instagram* sebagai wadah promosi produk yang ada. Sebelum melakukan pelatihan penggunaan akun media sosial *Instagram*, peserta pengabdian masyarakat sudah menyediakan akun *Instagram* yang akan dipakai oleh pelaku usaha yang bersangkutan. Selanjutnya, kami dapat melakukan sosialisasi kepada pelaku usaha untuk memberikan pemahaman dan cara yang lebih mudah dalam melakukan kegiatan promosi pada media sosial *Instagram*. Cara agar dapat menarik calon konsumen untuk membeli produk yakni dapat dengan cara menggunakan kata-kata yang dapat menarik perhatian dan memberikan informasi menarik terkait produk olahan yang dijual sehingga dapat memikat rasa penasaran dari calon konsumen, tidak membuat konten yang sama secara terus menerus, gambar dan video yang akan ditampilkan di media sosial *Instagram* harus menarik, serta dapat menggunakan tagar yang nantinya akan mempermudah calon konsumen untuk menemukan produk yang sedang ditawarkan.



**Gambar 1 Instagram**

Sumber: KKN Kilo 21 Tahun 2021

Selain akun media sosial *Instagram*, juga diberikan solusi berupa pembuatan *website* promosi yang nantinya akan menjadi penghubung antara pelaku bisnis dengan calon konsumen, dengan bantuan penggunaan internet dan media *website* dapat digunakan sebagai media promosi produk serta melayani calon konsumen agar lebih efektif dan efisien. Pada *website* yang telah dibuat, ditampilkan gambar produk, harga jual produk yang dijual seperti olahan asinan dan manisan buah salak, ataupun kripik buah salak. Calon konsumen dapat melakukan pemesanan produk yang dengan menghubungi nomor *whatsapp* pelaku usaha yang tertera. Selain dapat melakukan pemesanan produk jual melalui *website*, pada *website* terdapat informasi lokasi tempat pelaku bisnis.



**Gambar 2 Akun Media Website**

Dari beberapa pemaparan yang telah dilakukan, pelaku bisnis menyadari akan manfaat teknologi informasi sebagai media dalam promosi produk bisnisnya. Sebelumnya, pelaku bisnis belum memahami akan pemanfaatan teknologi informasi kemudian berminat untuk lebih memanfaatkan peranan teknologi informasi ini untuk dapat memasarkan produk bisnisnya. Pelaku bisnis mulai mencoba memposting foto produknya pada akun media sosial Instagram serta merespons tanggapan konsumen agar tertarik dengan produk jualnya sehingga konsumen membeli produk yang dijual oleh pelaku bisnis.

Setelah melakukan pelatihan dalam penggunaan akun media sosial *Instagram* dan media *website*, peserta pengabdian masyarakat melakukan *monitoring* yang nantinya dilakukan pemantauan terhadap situs yang dilakukan secara *online* serta menanggapi pertanyaan yang diberikan oleh pelaku bisnis. Selain itu peserta pengabdian masyarakat juga melakukan evaluasi terhadap dampak dari pemanfaatan teknologi informasi terhadap peningkatan penjualan produk yang terhadap pelaku bisnis. Seperti dampak dalam peningkatan penjualan

terhadap pendapatan yang diperoleh oleh pelaku bisnis dan peningkatan layanan yang disediakan oleh pelaku bisnis terhadap calon konsumen.

Dalam penerapan teknologi informasi berupa akun media sosial *Instagram* serta media *website* belum memberikan dampak peningkatan dalam penjualan produk olahan buah salak. Penyebab belum meningkatnya pendapatan untuk pelaku usaha dikarenakan belum banyak orang yang mengetahui akan adanya akun media sosial *Instagram* serta media *website* dari produk olahan buah salak. Saat ini, pelaku usaha mencari konsumen sebanyak mungkin pada media sosial *Instagram* dengan cara memposting foto ataupun video produk olahan buah salak. Dengan cara tersebut maka dapat memikat calon konsumen dan dapat meningkatkan pendapatan yang akan dirasakan oleh pelaku usaha.

Edukasi yang telah dilakukan oleh peserta pengabdian masyarakat mendapat sambutan yang baik oleh pelaku bisnis. Dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi produk olahan yang terdapat di Kelurahan Karang Joang, diharapkan untuk pelaku usaha yang bersangkutan dapat meningkatkan jangkauan dalam pemasaran produk. Sehingga, didapatkan pula omset penjualan pada instansi terkait dapat meningkat serta kondisi perekonomian dalam pendapatannya juga meningkat.

#### 4. Kesimpulan

Setelah melakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pelaku bisnis olahan buah salak yang terletak di Kelurahan Karang Joang dengan kegiatan pelatihan dalam pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi dapat ditarik kesimpulan yang berupa:

1. Adanya pemanfaatan teknologi informasi dapat menjadi alternatif solusi sebagai media promosi produk dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* serta media *website*.
2. Calon pelanggan dapat melakukan pemesanan tanpa harus datang ke tempat dengan menggunakan melalui sosial media *Instagram* serta media *website*.
3. Penggunaan media teknologi informasi berupa Instagram dan Website belum memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku usaha olahan buah salak di Kilo 21 Balikpapan.

#### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM ITK yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat ini serta Ibu Suin yang telah bersedia menjadi mitra dan mendukung penuh dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

#### Daftar Pustaka

- Ermatita, Nurmaini, S., Irmeilyana, Desiani, A., & Tanuji, H. (2016). Pemanfaatan Website dan Teknologi Sistem Informasi Sebagai Upaya Peningkatan Manajemen dan Media Promosi Potensi *Pengerajin* Songket Desa Limbang Jaya Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir, Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Sriwijaya*, 351-355.
- Gani, A. A., & Basalamah, J. (2019). Media Sosial Sebagai Strategi Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Di Desa Sanrobone Kabupaten Takalar. *Jurnal Pengabdian Bina Ukhwah*, 164-170.
- Irnowati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 95-112.
- Karang Joang, Balikpapan Utara, Balikpapan*. (2020, Maret 12). Retrieved Desember 20, 2020, from Id Wikipedia Org: [https://id.wikipedia.org/wiki/Karang\\_Joang,\\_Balikpapan\\_Utara,\\_Balikpapan](https://id.wikipedia.org/wiki/Karang_Joang,_Balikpapan_Utara,_Balikpapan)