

---

# PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN ONLINE BAGI PELAKU INDUSTRI KECIL MENENGAH DENGAN APLIKASI TEMIO DI KOTA TEGAL

Very Kurnia Bakti<sup>1</sup>, Adi Candra Kusuma<sup>2</sup>, Jatmiko Indriyanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Politeknik Harapan Bersama, Jl. Mataram Pesurungan Lor, Tegal

<sup>1,2,3</sup> DIII Teknik Komputer, Tegal

e-mail: \*<sup>1</sup>[verykurniabakti@gmail.com](mailto:verykurniabakti@gmail.com), <sup>2</sup>[candraraden45@gmail.com](mailto:candraraden45@gmail.com), <sup>3</sup>[dewajat@gmail.com](mailto:dewajat@gmail.com)

## Abstrak

Permasalahan mendasar atau isu strategis yang dihadapi Kota Tegal di bidang ketenagakerjaan adalah pengangguran. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Kota Tegal cenderung tinggi, di atas TPT Provinsi Jawa Tengah maupun Nasional. Pada Tahun 2017, dengan TPT Kota Tegal sebesar 8,19 % merupakan yang tertinggi di Jawa Tengah. Pada Tahun 2018 sedikit turun menjadi 7,94 % berada posisi kedua dari 35 kabupaten/kota di Jawa Tengah. Tabel berikut menunjukkan TPT Kota Tegal untuk lima tahun terakhir. Tingginya angka pengangguran di Kota Tegal antara lain disebabkan beberapa faktor sebagai berikut :a. Rendahnya jiwa entrepreneurship para pencari kerja, karena mereka lebih ingin bekerja di sektor formal dengan menjadi pegawai/karyawan/ buruh, b. Belum optimalnya pendidikan dan pelatihan bagi pencari kerja yang diselenggarakan Pemerintah Kota Tegal untuk mendorong mereka menjadi wirausaha baru (WUB). c. Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan bagi pencari kerja melalui Program/Kegiatan yang ada pada beberapa Organisasi Perangkat Daerah (OPD) belum terkoordinasi dan terintegrasi, sehingga pola rekrutmen calon peserta dan monitoring pasca pelatihan untuk mengetahui outcome belum optimal. d. Secara internal, Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Tegal belum mampu mensinergikan pelaksanaan urusan pemerintahan bidang tenaga kerja dan urusan pemerintahan bidang industri, agar dua bidang urusan pemerintahan yang diampu dapat saling mendukung untuk peningkatan kinerja organisasi. Melihat masalah diatas, maka pemasaran berbasis online dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemasaran online dengan temio ternyata dapat, meningkatkan pengetahuan dan pemasaran masyarakat kota Tegal.

**Kata kunci** : Pengangguran, temio, pemasaran online

## Abstract

*The main problems or strategic issues faced by Tegal City in the field of employment are unemployment. The Tegal Open Unemployment Rate (TPT) tends to be high, above the TPT of Central Java and National Provinces. In 2017, with Tegal City Tegal as much as 8.19% is the highest in Central Java. In 2018, it fell slightly to 7.94% in the second position from 35 regencies / cities in Central Java. The following table shows the TPT of Tegal City for the last five years. The high unemployment rate in Tegal City is partly due to several factors as follows: a. The low entrepreneurship spirit of job seekers, because they want to work in the formal sector by becoming employees / employees / laborers, b. Education and training have not been optimal for job seekers organized by the Tegal City Government to encourage them to become new entrepreneurs (WUB). c. Organizing education and training for job seekers through the Programs / Activities that exist in several Regional Device Organizations (OPD) has not been coordinated and integrated, so that the pattern of recruitment of prospective participants and post-training monitoring to find out the outcome is not optimal. d. Internally, the Department of Manpower and Industry of Tegal City has not been able to synergize the implementation of government affairs in the field of labor and government affairs in the industrial sector, so that the two fields of government affairs can*

---

*be supported to improve organizational performance. Seeing the problem above, online-based marketing can increase people's income. Online marketing with Temio was able to increase the knowledge and marketing of the people of Tegal city.*

**Keywords** : *Unemployment, temio, online marketing*

## 1. PENDAHULUAN

Dengan mempertimbangkan terbatasnya wilayah dan karakteristik budaya lokal masyarakat, strategi dan kebijakan pembangunan industri di Kota Tegal kurang tepat diarahkan pada upaya mendatangkan investasi untuk pendirian perusahaan-perusahaan besar atau pabrik. Dengan demikian, pembangunan industri di Kota Tegal lebih tepat diarahkan pada upaya pemberdayaan dan peningkatan kapasitas Industri Kecil Menengah (IKM). Tentu saja industri sedang dan besar yang ada tetap harus menjadi sasaran pembinaan dalam rangka meningkatkan produktivitas usaha.

Di sisi lain, terkait dengan urusan bidang tenaga kerja, Kota Tegal masih dihadapkan pada permasalahan tingginya Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), bahkan TPT Kota Tegal sebesar 8,19 pada Tahun 2017 adalah yang tertinggi di Jawa Tengah. Mengatasi pengangguran menjadi pekerjaan rumah bersama, dan harus dilakukan secara sinergis antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan Pemerintah Kota Tegal, dengan melibatkan peran serta *stakeholder* terkait dan seluruh masyarakat. Sementara itu, pelatihan ketrampilan yang dilaksanakan oleh beberapa OPD belum terkoordinasi dan belum terdapat instrumen yang efektif untuk monitoring dan evaluasi, sehingga capaian outcome belum optimal. Pelatihan ketrampilan yang dilaksanakan juga belum mampu mendorong peserta untuk berwirausaha, karena iklim usaha yang kurang menjanjikan, sehingga para pencari kerja tetap mengharapkan kerja di sektor formal.

Permasalahan mendasar atau isu strategis yang dihadapi Kota Tegal di bidang ketenagakerjaan adalah pengangguran. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Kota Tegal cenderung tinggi, di atas TPT Provinsi Jawa Tengah maupun Nasional. Pada Tahun 2017, dengan TPT Kota Tegal sebesar 8,19 % merupakan yang tertinggi di Jawa Tengah. Pada Tahun 2018 sedikit turun menjadi 7,94 % berada posisi kedua dari 35 kabupaten/kota di Jawa Tengah. Tabel berikut menunjukkan TPT Kota Tegal untuk lima tahun terakhir. Tingginya angka pengangguran di Kota Tegal antara lain disebabkan beberapa faktor sebagai berikut :

- a. Rendahnya jiwa *entrepreneurship* para pencari kerja, karena mereka lebih ingin bekerja di sektor formal dengan menjadi pegawai/karyawan/ buruh;
  - b. Belum optimalnya pendidikan dan pelatihan bagi pencari kerja yang diselenggarakan Pemerintah Kota Tegal untuk mendorong mereka menjadi wirausaha baru (WUB);
  - c. Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan bagi pencari kerja melalui Program/Kegiatan yang ada pada beberapa Organisasi Perangkat Daerah (OPD) belum terkoordinasi dan terintegrasi, sehingga pola rekrutmen calon peserta dan monitoring pasca pelatihan untuk mengetahui *outcome* belum optimal;
  - d. Secara internal, Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Tegal belum mampu mensinergikan pelaksanaan urusan pemerintahan bidang tenaga kerja dan urusan pemerintahan bidang industri, agar dua bidang urusan pemerintahan yang diampu dapat saling mendukung untuk peningkatan kinerja organisasi.
-

## 2. METODE KEGIATAN

Kegiatan berupa workshop peningkatan kompetensi kemampuan pemasaran online yang dibagi menjadi 2 sesi yaitu sesi pertama penyampaian materi kompetensi konsep Pemasaran online dan pengaruhnya melalui aplikasi Temio, kemudian praktek pengenalan dan penggunaan aplikasi Temio (*Tegal Main Industries Outlook*).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam merealisasikan pemecahan masalah yang dilakukan terdapat beberapa hal yang harus dilakukan, yakni:

### a. Persiapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Sebelum kegiatan dilaksanakan maka dilakukan persiapan-persiapan sebagai berikut:

1. Melakukan studi pustaka konsep pemasaran online
2. Mempersiapkan modul dan pendampingan.
3. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian masyarakat.

### b. Pelaksanaan Kegiatan

Dengan pelaksanaan 2 kali pertemuan tentang teori dan bimbingan tema dan pembentukan kelompok PKM. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan bulan April 2019 dengan jumlah peserta 20 peserta sebagai berikut:

Hari/tanggal : Senin-Selasa/ 29 – 30 April 2019

Waktu : 13.00 – 15.00

Tempat : Komputer 1 Politeknik Harapan Bersama



Gambar 1. Penjelasan penggunaan Temio

Berdasarkan wawancara dan Tanya jawab dan pengamatan langsung selama kegiatan PKM memberikan hasil sebagai berikut:

- a. Memberikan pengetahuan tentang pemasaran online.
- b. Meningkatkan ketrampilan penggunaan teknologi berbasis online para peserta dalam meningkatkan kompetensinya dalam hal mengembangkan Industri
- c. Melatih pemikiran kreatif peserta PKM
- d. Memudahkan peserta dalam memberikan promosi produk industry yang ditekuni.

Pemasaran Online sangat banyak manfaatnya baik bagi pelanggan atau konsumen dan bagi para pemasar itu sendiri, di antara manfaat itu adalah

### 1. Manfaat bagi para pembeli atau pelanggan di antaranya yaitu:

- a. Kemudahan. Para pelanggan dapat memesan produk 24 jam di mana pun mereka berada. Pelanggan tidak harus pergi ke tempat para perusahaan berjualan.

- b. Informasi. Para pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor ataupun rumah mereka.
- c. Rongrongan yang lebih sedikit. Para pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor-faktor emosional, mereka tidak perlu antri dalam melakukan pembelian.
- d. Pembeli dapat memesan barang sesuai dengan keinginan mereka. Pembeli dapat secara langsung mengomunikasikan keinginan mereka kepada perusahaan atas barang/jasa yang mereka butuhkan. Sehingga pembeli dapat mengetahui kelebihan serta kekurangan dari barang tersebut.



Gambar 2. Penjelasan penggunaan Temio sesi-2

2. Manfaat bagi para pemasar:
  - a. Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar. Perusahaan- perusahaan dapat dengan cepat dengan menambahkan produk pada tawaran mereka serta mengubah harga dan deskripsikan produknya.
  - b. Biaya yang lebih rendah. Para pemasar online dapat menghindari biaya pengelolaan toko dan biaya sewa, asuransi, serta prasarana yang menyertainya. Mereka dapat membuat katalog digital dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada biaya percetakan dan pengiriman katalog kertas.
  - c. Pemupukan hubungan. Pemasar online dapat berbicara dengan pelanggan dan belajar lebih banyak dari mereka. Pemasar juga dapat mendownload laporan yang berguna, atau demo gratis perangkat lunak para pemasar.
  - d. Pengukuran besar pemirsa. Para pemasar dapat mengetahui beberapa banyak orang yang mengunjungi situs online para pemasar dan pelanggan dapat singgah di situs yang dibuat oleh pemasar. Informasi itu dapat membantu pemasar untuk meningkatkan tawaran dan iklan mereka

Dalam workshop ini peserta dilatih untuk dapat menganalisis kebutuhan promosi dengan mengikuti perkembangan teknologi yaitu dengan berbasis internet, sehingga memerlukan pemahaman informasi mengenai konsep pemasaran online. Dinas Tenaga Kerja Dan Perindustrian Kota Tegal melihat peluang ini untuk meningkatkan Pelaku Industri Kecil Menengah Di Lingkungan Kota Tegal dengan memberikan wadah promosi penjualan yaitu dibuatnya Aplikasi *Temio Tegal Main Industries Outlook*) sehingga diharapkan dengan memiliki kemampuan pemasaran ini pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) dapat bersaing dengan global.

#### **Faktor Pendukung**

Beberapa hal yang menjadi faktor pendukung pada kegiatan pelatihan ini adalah:

1. Peserta kegiatan sangat antusias /motivasi mengikuti kegiatan ini sampai selesai.
2. Keingintahuan yang tinggi terhadap materi ini.

3. Peserta mau diberikan arahan dan bimbingan saat tutorial
4. Fasilitas yang memadahi seperti koneksi internet dan jumlah komputer yang cukup

#### ***Faktor Penghambat***

Untuk kegiatan ini berjalan dengan baik namun masih ada faktor penghambat yang ditemui pada saat pengabdian masyarakat berlangsung.

- a. Waktu kurang memadai karena bimbingan secara tutorial cukup singkat dengan didampingi pembimbing sehingga peserta perlu latihan mandiri di rumah
- b. Perlu ada workshop secara berkelanjutan sehingga memberikan pengetahuan lebih banyak lagi yang diperoleh peserta
- c. Faktor usia sangat mempengaruhi kegiatan dalam hal menangkap materi.

#### 4. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa

- a. Pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pemasaran online dengan melihat perkembangan teknologi untuk meningkatkan promosi produk industrinya
- b. Keingintahuan peserta akan pemasaran online bertambah dan mendapatkan respon yang baik dalam mendengarkan pemaparan materi yang disampaikan.
- c. Peserta dapat menggunakan aplikasi Temio dengan baik.

#### 5. SARAN

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka selanjutnya perlu:

- a. Adanya pelatihan yang berkelanjutan, sehingga pemahaman pesertamengenai penulisan karya ilmiah lebih jelas lagi.
- b. Waktu pelatihan diperpanjang sehingga peserta lebih banyak mendapatkan materi tentang pemasaran online.
- c. Pendampingan perlu dilakukan selama pelatihan dan penggunaan modul.
- d. Materi modul yang dibuat lebih banyak lagi bahasan yang dikaji.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian kota Tegal, Cafe harber, Biznet

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fachmi Ichsan, Muhammad, Hetti Hidayati, Arie Ardiyanti Suryan. 2011. APLIKASI UKM USBM BERBASIS WEB. Bandung: Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom.
- [2] Idria Maita, Nurhikmah.2018. Aplikasi Pemetaan Penyebaran Industri Kecil Dan Menengah Di Pekanbaru Berbasis Android. Riau: Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi, Vol. 4, No. 1, Februari 2018, Hal. 60-66 e-ISSN 2502-8995, p-ISSN 2460-8181.
- [3] Suhud, Ridwan dan M. Yudhi Rezaldi. Pengembangan Sistem E-Commerce Paguyuban Usaha Kecil Dan Menengah Karya Mandiri Di Tegal. Jakarta: Unit Pelaksana Teknis Balai Informasi Teknologi, LIPI

- [4] Wahyuniardi, Riski. dkk. 2015. Sistem Informasi Berbasis Web Untuk Monitoring Dan Evaluasi Sentra Industri Kecil Di Jawa Barat. Bandung: Jurnal Ilmiah Teknik Industri Universitas Pasundan, Vol. 14, No. 2, Des 2015
-