

OPTIMALISASI PELATIHAN TEKNOLOGI INFORMASI PEMASARAN PADA PEBISNIS PEMULA UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA

Hermin Istiasih

Jurusan Teknik Industri, Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email: hermin.istiasih@gmail.com

Abstrak

Optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran telah dilakukan pada anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri sebagai upaya pemberdayaan pebisnis pemula. Tujuan dari pelatihan ini untuk meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran dan berkontribusi terhadap ekonomi keluarga. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman mitra terhadap teknologi pemasaran, kemampuan mengelola bisnis secara digital dan perluasan jangkauan pasar. Dampak positif juga terlihat pada peningkatan ekonomi keluarga, kepercayaan diri mitra, dan terbentuknya jaringan bisnis. Untuk keberlanjutan pelatihan, disarankan ada pelatihan lanjutan, pendampingan intensif, dan penguatan jaringan bisnis. Evaluasi berkala dan kolaborasi dengan pihak profesional juga diperlukan. Dengan langkah ini, pelatihan teknologi informasi pemasaran dapat menjadi strategi pemberdayaan yang berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan sekaligus pemberdayaan perempuan.

Kata kunci: Ekonomi keluarga, pelatihan, teknologi informasi pemasaran

Abstract

The marketing information technology training has been conducted for members of DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri as an effort to empower novice entrepreneurs. The objective of this training was to enhance digital literacy, marketing skills and contribute to family economic improvement. The results showed a significant increase in partners' understanding of marketing technology, their ability to manage businesses digitally, and the expansion of market reach. Positive impacts were also evident in the improvement of family economies, participants' confidence, and the establishment of business networks. For the sustainability of the training, advanced training sessions, intensive mentoring, and the strengthening of business networks are recommended. Regular evaluations and collaborations with professionals are also necessary. Through these measures, the optimization of marketing information technology training can serve as a sustainable empowerment strategy to enhance family welfare and promote women's empowerment.

Keywords: Family economy, marketing information technology, training

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan (Graesch, Hensel-Börner, and Henseler 2021; Basholli, Mema, and Basholli 2024), termasuk yang terjadi pada dunia usaha. Teknologi informasi pemasaran menjadi salah satu elemen kunci yang dapat mendukung pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif, efisien dan produktif (Mamuaya et al. 2024; Solijonovich 2023). Di era digital saat ini, kemampuan untuk memanfaatkan

teknologi informasi pemasaran bukan lagi suatu pilihan, tetapi hal itu merupakan kebutuhan yang sangat *urgent*, terutama bagi pebisnis pemula (Khanom 2023).

Optimalisasi pelatihan ini bermitra dengan anggota dharma Wanita persatuan (DWP) UPT PSDA WS Brantas di Kediri yang merupakan istri ASN pada UPT PSDA WS Brantas di Kediri dan Sebagian besar dari mereka adalah pebisnis rumahan, sehingga mereka memiliki potensi yang cukup besar sebagai pelaku bisnis pemula. Anggota DWP tersebut merupakan kelompok strategis dalam upaya meningkatkan ekonomi keluarga. DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri sebagai bagian dari organisasi yang berkomitmen terhadap pengembangan kompetensi anggotanya. DWP dapat menjadi motor penggerak dalam meningkatkan keterampilan teknologi informasi pemasaran bagi anggotanya, namun tidak semua anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri tersebut memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana teknologi informasi pemasaran dapat digunakan untuk mendukung usaha mereka.

Optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran menjadi solusi untuk menjawab tantangan tersebut. Melalui pelatihan yang terstruktur, anggota DWP yang berperan sebagai pelaku UMKM pemula dapat memperoleh pengetahuan tentang strategi pemasaran digital (Ravi and Rajasekaran 2023; Nailevich 2023; ISTIASIH 2022), penggunaan platform online (Sulistyaningsih, Murti, and Ratnasih 2024; Al-Ababneh 2024), serta cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif (Mertz et al. 2024). Dengan demikian pelatihan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga membuka peluang bagi mereka untuk mengembangkan usahanya secara lebih baik lagi.

Optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan pemasaran khususnya pada anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri, sehingga mereka dapat menjalankan bisnisnya yang lebih kompetitif, meningkatkan pendapatan, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap ekonomi keluarga. Dengan langkah ini, upaya pemberdayaan perempuan tidak hanya menjadi wacana saja, tetapi menjadi realitas yang memberikan dampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat khususnya di lingkungan anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri.

Observasi awal yang dilakukan oleh tim pendamping pelatihan teknologi informasi pemasaran, terlihat bahwa mayoritas pelaku bisnis pemula yaitu anggota DWP yang berbisnis rumahan tersebut masih mengandalkan pemasaran yang sangat konvensional dan belum menggunakan teknologi informasi pemasaran yang lebih terstruktur. Oleh karena itu, untuk membantu bisnis mereka diperlukan

pendampingan khusus dan pelatihan. Tujuan dari kegiatan optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran pada anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri tersebut, untuk memberikan pengetahuan dan sekaligus memberikan sedikit keterampilan yang diperlukan oleh para pelaku bisnis pemula untuk mampu mengelola keinginan konsumen dengan baik berkat teknologi informasi, *product management*, dan mendesain *sales chanel*. Optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran ini, diharapkan mampu membuka peluang pertumbuhan pebisnis pemula di masa depan.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran ini dalam rangka meningkatkan pemahaman dan keterampilan pada pebisnis pemula. Kegiatan ini juga merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian pada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini mencakup tiga tahapan, yaitu:

1. Observasi dan persiapan
 - a. Tim kegiatan optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran melakukan observasi dan tanya jawab seputar bisnis mereka.
 - b. Membuat identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra.
 - c. Mencari solusi untuk membantu pebisnis pemula tersebut dalam mengatasi permasalahan yang mereka hadapi terkait bisnis rumahan yang sudah dilakukan oleh anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri.
2. Melaksanakan pendampingan kegiatan optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran kepada mitra.
 - a. Tim pendampingan memberikan penjelasan dan masukan terkait bisnis rumahan yang dilakukan mitra.
 - b. Melakukan pelatihan teori dan praktek serta tanya jawab.
3. Evaluasi kegiatan
 - a. Menilai efektivitas hasil kegiatan,
 - b. Mengukur dampak yang terjadi terhadap mitra dari pelatihan tersebut.
 - c. Mengidentifikasi dan melihat hasil untuk perbaikan pelatihan berikutnya.

Optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran tersebut dilakukan selama empat bulan yaitu pada bulan Juli sampai bulan Oktober tahun 2024, untuk memastikan bahwa kegiatan itu memiliki dampak yang baik pada bisnis yang dilakukan mitra. Pelatihan ini diharapkan bisa membantu mitra untuk

mengembangkan bisnis mereka serta bisa berkontribusi pada perekonomian keluarga.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman dan kesiapan mitra dalam menjalankan bisnisnya. Hasil pelatihan ini adalah aspek manajerial pada mitra untuk mampu menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, Organizing, actuating* dan *controlling* (POAC) dalam menjalankan bisnisnya. Pelaksanaan optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran pada anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri memberikan berbagai hasil positif yang signifikan. Pelatihan ini dirancang dengan pendekatan praktis dan strategis untuk menjawab kebutuhan mitra dalam memanfaatkan teknologi informasi pemasaran, untuk mendukung pengembangan bisnis mereka. Berikut beberapa hasil yang dicapai dari pelatihan ini:

1. Peningkatan literasi digital

Setelah mengikuti pelatihan, mitra menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap dasar-dasar teknologi informasi pemasaran dan penggunaannya. Sebagian besar mitra sebelumnya kurang familiar dengan platform digital kini mampu menggunakan media sosial dan alat pemasaran online.

2. Keterampilan pemasaran digital yang lebih terarah

Mitra berhasil mengaplikasikan strategi pemasaran digital secara lebih efektif. Mereka mempelajari cara mengidentifikasi target pasar, membuat konten promosi yang menarik dan memanfaatkan data analitik untuk mengevaluasi pemasaran produk mereka.

3. Peningkatan penjualan dan jangkauan pasar

Hasil signifikan lainnya adalah peningkatan penjualan produk mitra. Pemanfaatan teknologi informasi pemasaran ini, mitra melaporkan peningkatan pesanan dari konsumen dari luar wilayah mereka karena akses ke pasar yang lebih luas melalui media sosial.

4. Kontribusi terhadap ekonomi keluarga

Dampak ekonomi keluarga menjadi salah satu pencapaian utama. Meningkatnya pendapatan dari bisnis yang lebih terstruktur dan digital, mitra mampu memberikan kontribusi finansial yang lebih besar untuk kebutuhan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui pelatihan tersebut memiliki dampak nyata pada kesejahteraan keluarga.

5. Terciptanya jaringan usaha di lingkungan anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri

Pelatihan ini juga menjadi tempat untuk membangun jaringan usaha diantara anggota DWP. Kolaborasi antar peserta pelatihan seperti berbagi pengalaman, saling mempromosikan produnya, juga ide pengembangan bisnis bersama menjadi nilai tambah yang memperkuat keberhasilan pelatihan ini.

6. Peningkatan kepercayaan diri mitra

Banyak peserta setelah pelatihan ini merasa lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis mereka. Mereka lebih memahami bahwa perkembangan teknologi bukanlah sebagai hambatan, tetapi justru menjadi alat yang dapat diakses dan dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bisnis.

7. Rekomendasi untuk program berkelanjutan

Kesuksesan pelatihan ini membuka peluang untuk menyelenggarakan program lanjutan, seperti pelatihan teknologi informasi pemasaran tingkat lanjut atau dilakukan pendampingan secara intensif. Beberapa peserta pelatihan juga mengusulkan agar pelatihan ini melibatkan anggota keluarga atau kelompok masyarakat untuk memperluas dampaknya.

Secara keseluruhan optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran pada anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri, memberikan dampak positif yang signifikan serta antusias mitra yang sangat luar biasa. Dampak tersebut dapat dirasakan baik dari sisi peningkatan kompetensi individu maupun kontribusi terhadap ekonomi keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi merupakan langkah strategis untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan.



Gambar 1. Peserta optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran



Gambar 2. Penyampaian materi, tanya jawab dan praktik optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran



Gambar 3 dan gambar 4. Salah satu produk mitra



Gambar 5. Simbolis penyerahan sertifikat pelatihan

Kesimpulan

Optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran pada anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri telah membuktikan efektivitasnya dalam meningkatkan kompetensi peserta sebagai pelaku bisnis pemula. Pelatihan ini berhasil meningkatkan literasi digital mitra, membekali mereka dengan keterampilan pemasaran digital yang lebih strategis dan memperluas jangkauan pasar untuk produk-produk UMKM. Dampak nyata terlihat pada peningkatan penjualan, kontribusi terhadap ekonomi keluarga, serta kepercayaan diri anggota dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong terciptanya jaringan bisnis di lingkungan anggota DWP yang akan memperkuat kolaborasi dan potensi pengembangan bisnis secara kolektif. Hasil ini menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui teknologi informasi pemasaran tidak hanya relevan, tetapi juga memberikan dampak positif yang signifikan.

Saran

Berdasarkan hasil yang telah dicapai dari optimalisasi pelatihan teknologi informasi pemasaran pada anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan pelatihan, diantaranya:

1) Penyelenggaraan pelatihan lanjutan

Disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, seperti pengelolaan bisnis online secara professional dan pemanfaatan analitik pemasaran digital untuk mengoptimalkan kinerja UMKM.

2) Pendampingan bisnis yang berkelanjutan

Perlu adanya pendampingan intensif setelah pelatihan agar mitra lebih percaya diri dalam mengimplementasikan materi pelatihan.

3) Kolaborasi dengan Lembaga atau ahli teknologi pemasaran

Menggandeng Lembaga pelatihan professional yang dapat membantu meningkatkan kualitas pelatihan dan menyediakan akses teknologi terbaru yang lebih relevan untuk UMKM.

4) Penguatan jaringan bisnis

Disarankan untuk membentuk komunitas atau forum bisnis bagi anggota DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri yang telah mengikuti pelatihan. Komunitas ini dapat menjadi wadah untuk berbagi pengalaman, promosi Bersama dan kolaborasi antar pelaku bisnis.

5) Peningkatan fasilitas digital

Fasilitas digital, seperti akses internet dan perangkat teknologi perlu ditingkatkan dilingkungan DWP untuk memastikan mitra dapat terus mempraktikkan ilmu yang telah diperoleh selama pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ababneh, Hassan Ali. 2024. "Information Technologies and Their Impact on Electronic Marketing." *E3S Web of Conferences* 474. doi: 10.1051/e3sconf/202447402010.
- Basholli, Fatmir, Besjana Mema, and Albina Basholli. 2024. "Training of Information Technology Personnel through Simulations for Protection against Cyber Attacks." *Engineering Applications* 2024(1):45–58.
- Graesch, Jan Philipp, Susanne Hensel-Börner, and Jörg Henseler. 2021. "Information Technology and Marketing: An Important Partnership for Decades." *Industrial Management and Data Systems* 121(1):123–57. doi: 10.1108/IMDS-08-2020-0510.
- ISTIASHI, HERMIN. 2022. "Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Income Anggota Dwp Upt Psda Ws Brantas Di Kediri." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara* 1(2):29–39. doi: 10.29407/dimastara.v1i2.17985.
- Khanom, Musammat Tahmina. 2023. "Using Social Media Marketing in the Digital Era: A Necessity or a Choice." *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 12(3):88–98. doi: 10.20525/ijrbs.v12i3.2507.
- Mamuaya, Nova Ch, Abdullah Ardi, Anak Agung, Ngurah Gunawan, and Ramadhani Kirana. 2024. "Optimizing Digital-Based Home Industry in Improving Digital Business in Rural Communities." 4(3):265–70.
- Mertz, Breanne A., Ashley Hass, Kelley Cours Anderson, Timothy Kaskela, and Louis J. Zmich. 2024. "#SocialMediaWellness: Exploring a Research Agenda and Conceptualization for Healthy Social Media Consumption." *Journal of Consumer Behaviour* 23(2):321–35. doi: 10.1002/cb.2179.
- Nailevich, Ishimbaev Rafael. 2023. "Ways to Increase the Competitiveness of Enterprises 1." *Central Asian Study* 4(01):174–77.
- Ravi, Saravanan, and Sundara Rajan Cholapandiyapuram Rajasekaran. 2023. "A Perspective of Digital Marketing in Rural Areas: A Literature Review." *International Journal of Professional Business Review* 8(4):1–16. doi: 10.26668/businessreview/2023.v8i4.1388.
- Solijonovich, Tokhirov Rustam. 2023. "The Share of Information Services in the Small Business Sector." 13(2):1–10.
- Sulistyaningsih, Elli, Wahyu Murti, and Cicih Ratnasih. 2024. "Analysis of E-Marketing Strategy and Business Innovation in Optimizing Improvement of Service Quality and Its Effect on MSME Income." *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)* 5(2):155–67. doi: 10.34306/ajri.v5i2.1045.