

USULAN  
PENGABDIAN MASYARAKAT



PELATIHAN PENGEMBANGAN PASAR BERBASIS JARINGAN DAN TEKNOLOGI  
INFORMASIPADA PT. RIZKI LUAS BERSAMA JEMBER

Oleh:

AriwanJoko N., SE, MM NIP 196910071999021001	(KETUA)
Drs. KetutIndraningrat,M.Si NIP 196107101989022002	(ANGGOTA)
ChairulSaleh,SE, M.Si NIP 196903061999031001	(ANGGOTA)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2018

NIP. 196306061988021001

**A. JUDUL : PELATIHAN PENGEMBANGAN PASAR BERBASIS JARINGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA PT. RIZKI LUAS BERSAMA JEMBER**

**B. BIDANG PROGRAM : PENDIDIKAN PADA MASYARAKAT**

**C. LATAR BELAKANG DAN POKOK PERMASALAHAN**

Peluang sebuah perusahaan yang ingin mengembangkan pasar dan bisnisnya melalui sistem jaringan (*Net-work Marketing System*) dan teknologi informasi (TI) masih sangat terbuka luas. Dahulu, masih banyak pemilik usaha kecil yang berpikir bahwa mengembangkan fungsi pemasaran dengan sistem jejaring dan TI pada bisnisnya itu belum begitu penting. Menurut kami hal tersebut merupakan anggapan yang salah karena sistem jejaring dan TI dalam pemasaran merupakan metode, teknologi atau sistem yang *updating* dengan perkembangan teknologi informasi terbaik saat ini sebagai sarana pertukaran informasi kepada konsumen atau klien secara mudah, cepat, dan tanpa batas jarak maupun waktu. Artinya, konsumen maupun calon konsumen akan dengan sangat mudah untuk mendapatkan informasi bisnis maupun perusahaan secara lengkap dan akurat hanya dengan mencari melalui komputer atau HP android yang terkoneksi dengan internet, atau bahkan hanya dengan *adgnet* mereka, kapan pun dan dimanapun.

Internet berawal dari institusi pendidikan dan penelitian di Amerika Serikat. Penggunaan internet untuk kepentingan bisnis baru dilakukan semenjak tahun 1995, belum genap 23 tahun yang lalu. Di luar negeri, internet ini sering diasosiasikan dengan bisnis (*ISP, e-commerce*) dan *entertainment*. Sebelum adanya internet, masalah utama yang dihadapi oleh dunia bisnis (di seluruh dunia) adalah akses ke sumber informasi. Sumber informasi berkaitan dengan pasar yang konvensional merupakan sumber informasi yang sayangnya tidak murah. Buku-buku dan jurnal harus dibeli dengan harga mahal. Pengelolaan yang baik juga tidak mudah. Sehingga akibatnya banyak tempat di berbagai lokasi di dunia (termasuk di dunia barat) yang tidak memiliki perpustakaan yang lengkap.

Adanya internet memungkinkan mengakses ke sumber informasi yang mulai tersedia banyak. Dengan kata lain, masalah akses semestinya bukan menjadi masalah lagi. Internet dapat dianggap sebagai sumber informasi yang sangat besar. Bidang apapun yang

# Digital Repository Universitas Jember

andaminatipastiadainformasinya di internet. Contoh-contohsumberinformasitentangpasar yang tersedia secara online antara lain: *LibraryOnline*, Harga Saham, potensipasar, dan lain-lain. Di Indonesia, masalahkelangkaansumberinformasitentangsegalahal yang berkaitan dengan pasarmasih konvensional (perpustakaan) lebih berat dibanding dengan tempat lain. Adanya internet merupakan salah satu solusi pamungkas untuk mengatasi masalah ini.

## Internet

menghilangkan batas ruang dan waktu sehingga memungkinkan seseorang siswa berkomunikasi dengan akar di tempat lain. Seorang pelaku bisnis di Jawa Timur dapat berkonsultasi dengan pelanggannya di Bandung atau bahkan di Palo Alto, Amerika Serikat, dan sebagainya. Kolaborasi atau kerjasama antar pihak-pihak yang terlibat dalam bidang pemasaran dapat terjadi dengan lebih mudah dan lebih murah.

Sistem jejaring dan TI yang terkoneksi dengan internet merupakan salah satu metode, dan strategi pemasaran berbasis teknologi yang dapat membantu usaha mitra meningkatkan pemasaran produknya. Meskipun masih banyak tantangan, metode ini, secara perlahan tapi pasti akan menjadi *Trend marketing* dalam mempertahankan daya saing perusahaan, terutama pada era informasi digital yang mendorong dunia tanpa batas.

PT. Rizki Luas Bersama, merupakan perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang sudah berdiri sejak tahun 2014, dan telah mengembangkan pasar secara tradisional ke berbagai Kabupaten di kawasan residenan Besukih sampai Propinsi Bali. Terkait rencana diversifikasi dan portofolio ke system keagenan dan bisnis ritel, belum ada daya dukung pemasaran yang memungkinkan perusahaan dapat memasarkan produknya dengan lebih efisien, murah dan menyebar. Sumber daya manusia perusahaan sadar pentingnya internet, namun belum familiar dengan penggunaan internet dalam bisnis, dan tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang ragam media sosial untuk bisnis seperti *facebook*, *instagram*, *telegram*, dan lain-lain sebagai daya dukung pemasaran.

# Digital Repository Universitas Jember

Berdasarkan keadaan tersebut, pihak perusahaan meminta kami untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang pengembangan pemasaran berbasis jaringan dan TI sebagai daya dukung pemasaran produk-produk yang dihasilkannya.



## D. TUJUAN DAN KEGUNAAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah :

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam pengembangan pasar berbasis jaringan dan Teknologi Informasi
2. Memberikan teknik-teknik, cara, metode dalam penggunaan ragam media sebagai daya dukung pemasaran produk
3. Mendampingi dalam design dan penerapan system pemasaran berbasis jaringan dan TI

Kegunaan dari pengabdian ini adalah :

1. Sebagai sarana membangun sinergisitas dengan usahakecil menengah
2. Mengembangkan model pemasaran yang *updating* dengan perkembangan informasi dan teknologi

## D. METODOLOGI

### 1. Tempat dan Waktu

Tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah di PT. RIZKI LUAS BERSAMA JEMBER. Sedangkan waktunya akan ditentukan kemudian mengingat kesediaan Manajer PT. RIZKI LUAS BERSAMA JEMBER.

### 2. Materi yang Disampaikan

Materi yang disampaikan dengan cara memberikan ceramah, penyuluhan, dan praktik mengenai pengembangan pasar berbasis jaringan dan TI, usahamandiri, manajemen sederhana. dan cara pemasaran yang efektif.

### 3. Khalayak Sasaran

Sasaran pengabdian pada masyarakat ini antara lain adalah Sumber Daya Manusia PT. RIZKI LUAS BERSAMA JEMBER, yang terdiri dari direktur, manajer pemasaran, bagian penjualan dan administrasi umum.

### 4. Metode Penyampaian

Metode kegiatan dan metode penyampaian ialah dengan cara mengadakan pertemuan secara langsung dengan Sumber Daya Manusia PT. RIZKI LUAS BERSAMA JEMBER untuk memberikan pemahaman tentang pembuatan dan penggunaan social media di internet untuk pengembangan pasar.

### 5. Evaluasi

Metode evaluasi yang akan dilaksanakan meliputi:

- Mengukur daya serap peserta dengan cara mengajukan pertanyaan pada Sumber Daya Manusia PT. RIZKI LUAS BERSAMA JEMBER.
- Mengidentifikasi faktor penunjang dan faktor penghambat selama pelaksanaan sertamengklasifikasi isu permasalahan yang dikonsultasikan oleh peserta.
- Menilai konten-konten yang dibuat di dalam ragam media sosial

## E. Jadwal Rencana Kegiatan

No	Minggu	Kegiatan	Penanggung Jawab
1.	3-4 Juli 2018	Diskusikan dengan pemilik PT. RIZKI LUAS BERSAMA, untuk menetapkan program pengembangan pemasaran berbasis Jaringan dan TI	Ariwan Joko, Ketut Indraningrat, Chairul Saleh
2.	1-2 Agustus 2018	Mengidentifikasi permasalahan khalayak sasaran, berkaitan dengan produk yang akan dipasarkan lewat <i>Jejaring media social</i>	Ariwan Joko, Ketut Indraningrat, Chairul Saleh
3.	3-4 Agustus 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pemahaman tentang penggunaan ragam media sosial di internet untuk pengembangan pasar</li> <li>Pembuatan design pemasaran melalui ragam media sosial</li> </ul>	Ariwan Joko, Ketut Indraningrat, Chairul Saleh
4.	1-2 September 2018	Konsultasi dan evaluasi penggunaan ragam media sosial di internet untuk pengembangan pasar, dan pengembangan konten pemasaran via <i>ragam media social</i>	Ariwan Joko, Ketut Indraningrat, Chairul Saleh
5.	3-4 September 2018	Penyusunan laporan pelatihan pembuatan konsep pemasaran via <i>ragam media sosial</i> untuk pengembangan pasar	Ariwan Joko, Ketut Indraningrat, Chairul Saleh

## F. TINDAK LANJUT

Tindak lanjut atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan beberapa kegiatan yaitu kegiatan monitoring omzet penjualan, market share, dan melakukan langkahevaluasi terhadap kinerja jatenagapenjualan. Harapannya adalah adanya kondisi yang lebih baik atas kinerja jatenagapenjualan berbasis jaringan dan mampu meningkatkan omzet penjualan secara signifikan.

## G. SUSUNAN PERSONALIA:

H.

1. KETUA:

a. Nama dan Gelar : Ariwan Joko N SE., MM

## DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE-UGM. Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2001. *Marketing Management*. Terjemahan. BPFE-UGM. Yogyakarta
- Sutarto. 2004. *Teori Organisasi*. BPFE-UGM. Yogyakarta
- , 1996. *Majalah Info Komputer*, edisi khusus masalah internet tahun 1996
- , 1996. *Kuliah Umum Internet di Tricom* tanggal 24 November 1996
- , 1998. *Suplemen Harian Media Indonesia mengenai Internet*
- , 1998. *Suplemen Harian Republikam mengenai Internet*

