

Pemanfaatan Aplikasi *Smartphone* untuk Mengembangkan Produk Industri Rumah Tangga

Lila Maria Kaban^{1*}, Rifin Khong², Jony³, Sylvia⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Email: lila.kaban@uph.edu

Abstract

The use of smartphone applications for marketing home industry products has gained significant attention in recent years. Smartphone applications are effective tools for entrepreneurship development, particularly for young entrepreneurs, with significant potential for enhancing market reach and customer engagement. This community service took place in Rumah Rahpia, family-style orphanages that play a crucial role in the upbringing and development of teenagers in Medan, Indonesia. Extension and assistance activities in product marketing were carried out for 4 months starting from March to June 2022. Empowering young people in orphanages with entrepreneurial skills is believed to contribute to their personal development and future success. Moreover, fostering entrepreneurship at a young age can help them build realistic career paths and adapt to global trends. Therefore, educating young people in orphanages not only provides them with essential skills and knowledge but also contributes to their overall well-being and prospects. Interviews with the participants show that product sales increased with better product quality after carrying out this community service activity.

Keywords: *Entrepreneurship Skill, Home Industry, Marketing Strategy, Smartphone Application.*

Abstrak

Penggunaan aplikasi *smartphone* untuk memasarkan produk industri rumah tangga telah mendapatkan perhatian yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Aplikasi seluler adalah alat yang efektif untuk pengembangan kewirausahaan, khususnya bagi wirausahawan muda, dengan potensi signifikan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan keterlibatan pelanggan. Pengabdian masyarakat ini berlangsung di Rumah Rahpia, sebuah panti asuhan bergaya keluarga yang berperan penting dalam pengasuhan dan pengembangan remaja di Medan, Indonesia. Kegiatan penyuluhan dan pendampingan dalam pemasaran produk dilakukan selama 4 bulan mulai dari Maret sampai Juni 2022. Pemberdayaan generasi muda di panti asuhan dengan keterampilan kewirausahaan diyakini dapat berkontribusi terhadap pengembangan pribadi dan kesuksesan masa depan mereka. Selain itu, menumbuhkan kewirausahaan pada usia muda dapat membantu mereka membangun jalur karier yang realistis dan beradaptasi dengan tren global. Oleh karena itu, mendidik generasi muda di panti asuhan tidak hanya membekali mereka dengan keterampilan dan pengetahuan penting namun juga berkontribusi terhadap kesejahteraan dan prospek mereka secara keseluruhan. Melalui hasil wawancara dengan peserta menunjukkan bahwa penjualan produk meningkat dengan kualitas produk lebih baik setelah dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Kata Kunci: Keterampilan Kewirausahaan, Industri Rumah Tangga, Strategi Pemasaran, Aplikasi *Smartphone*.

A. PENDAHULUAN

Integrasi aplikasi seluler untuk memasarkan produk industri rumah tangga menghadirkan peluang dan tantangan. Pengenalan aplikasi seluler dapat secara signifikan meningkatkan jangkauan dan aksesibilitas produk industri rumah tangga ke basis konsumen yang lebih luas (Al-Zyoud, 2020), sehingga berpotensi meningkatkan penetrasi pasar dan keterlibatan konsumen. Namun, waktu pengenalan aplikasi tersebut sangat penting, karena keterlambatan dalam pengenalan produk baru dapat menimbulkan konsekuensi yang signifikan, termasuk pangsa pasar yang lebih rendah dan berkurangnya niat baik pelanggan. Selain itu, pengenalan pembaruan yang cepat dapat mengurangi potensi manfaat pasar dan menghambat orientasi pasar pengembang aplikasi seluler. Oleh karena itu, meskipun aplikasi seluler menawarkan jalan yang

menjanjikan untuk memasarkan produk industri rumah tangga, pertimbangan yang cermat mengenai waktu dan frekuensi pengenalan sangat penting untuk memaksimalkan efektivitasnya.

Pemasaran produk industri rumah tangga menggunakan aplikasi *smartphone* menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi agar implementasinya berhasil. Efek pasar dalam negeri, yang menunjukkan bahwa negara-negara dengan permintaan produk dalam negeri yang lebih besar cenderung memiliki penjualan yang lebih besar di luar negeri (Edward & Kaban, 2020), menghadirkan peluang dan tantangan bagi bisnis yang menggunakan aplikasi seluler untuk pemasaran (Gana & Koce, 2016). Lebih lanjut, integrasi konsep pemasaran digital, fokus pelanggan, dan pembentukan hubungan pelanggan merupakan aspek penting yang memerlukan perhatian untuk menjamin efektivitas pemasaran aplikasi *smartphone* untuk produk industri rumah tangga (Khong et al., 2023). Selain itu, desain teknis dan penerapan sistem pemesanan produk industri lintas platform dapat menimbulkan tantangan di pasar *e-commerce* dalam negeri (Mozolev, 2021), meskipun menawarkan peluang pengembangan yang signifikan. Mengatasi masalah ini sangat penting untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi aplikasi seluler untuk memasarkan produk industri rumah tangga dan untuk memastikan keberhasilan integrasi pasar.

Tren kewirausahaan di kalangan generasi muda semakin meningkat, seiring dengan semakin banyaknya wirausahawan muda yang merambah ke berbagai sektor (Astuty, Yustian, Ratnapuri, 2022). Tren ini terlihat dari meningkatnya minat dan partisipasi mahasiswa dan lulusan dalam kegiatan kewirausahaan, yang mencerminkan pergeseran ke arah wirausaha dan pencarian peluang bisnis yang inovatif. Selain itu, wirausahawan muda juga menunjukkan ketahanan dan kemampuan beradaptasi, khususnya dalam menghadapi perubahan pasar dan kemajuan teknologi (Kapinga, Montero, Mbise, 2019), sebagaimana dibuktikan oleh kemampuan mereka untuk merespons perubahan di pasar dengan cepat. Selain itu, tren wirausahawan muda yang memanfaatkan strategi pemasaran berbasis digital dan platform media sosial (Pickernell, 2011) untuk mempromosikan bisnis mereka mencerminkan kemampuan mereka beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan kemampuan mereka memanfaatkan alat digital untuk pertumbuhan bisnis dan keterlibatan pelanggan.

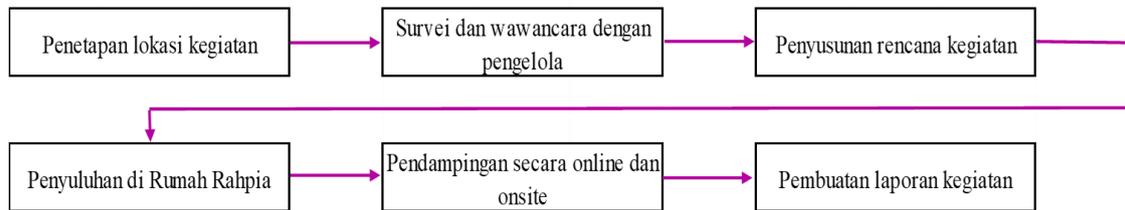
Penggunaan aplikasi *smartphone* dalam memasarkan produk menawarkan beberapa keuntungan. Pertama, aplikasi seluler menyediakan platform untuk pemasaran yang dipersonalisasi dan ditargetkan, memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan konten promosi mereka berdasarkan preferensi dan perilaku pengguna, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran (Vania & Kaban, 2022). Selain itu, kenyamanan dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh aplikasi seluler berkontribusi pada peningkatan keterlibatan dan retensi pelanggan, karena pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi produk (Otović, 2017), melakukan pembelian, dan menerima pembaruan tentang promosi dan penawaran baru (Samad, 2022). Selain keunggulan ini, aplikasi seluler menyediakan saluran pemasaran produk yang hemat biaya dan efisien, karena bisnis dapat menjangkau khalayak luas tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang luas, sehingga mengurangi biaya pemasaran dan memperluas jangkauan pasar.

Rumah Rahpia merupakan salah satu yayasan panti asuhan di kota Medan yang menyediakan akomodasi sosial dan perawatan bagi anak-anak dan remaja yatim piatu yang membutuhkan lingkungan yang aman dan mendukung. Anak-anak dan remaja di Rumah Rahpia terlibat dalam aktivitas rutin sehari-hari dan mendapat kesempatan untuk menerima pendidikan, konseling, dan bimbingan untuk membantu mereka membangun landasan bagi masa depan mereka. Selain itu, Rumah Rahpia juga berfungsi sebagai platform untuk keterlibatan masyarakat, dengan berbagai program dan inisiatif pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan kehidupan anak-anak dan remaja yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.

Dari hasil wawancara dengan pengelola Rumah Rahpia ditemukan bahwa anak-anak dan remaja diajari untuk membuat kerajinan tangan dan olahan makanan ringan untuk kemudian dijual kepada masyarakat sekitar. Namun, seiring berjalannya waktu, minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan semakin menurun sehingga jumlah produksi semakin berkurang. Pengusul kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang merupakan para dosen di Universitas Pelita Harapan (UPH) Kampus Medan, kemudian tertarik untuk memberikan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada anak dan remaja di Rumah Rahpia dalam mengembangkan dan memasarkan produk mereka. Penggunaan berbagai aplikasi di *smartphone* akan memudahkan para remaja di dalam meningkatkan kualitas produk dan menjangkau konsumen produk.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bagian dari pelaksanaan Tri Dharma dosen di lingkungan UPH Kampus Medan. Rangkaian kegiatan dilaksanakan di Rumah Rahpia dengan jumlah peserta 15 orang yang adalah remaja, dan juga didampingi oleh pemilik dan pengelola serta 3 orang mahasiswa. Metode pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 4 bulan mulai dari Maret sampai Juni 2022 dengan serangkaian proses kegiatan yang sudah direncanakan secara sistematis seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan

Untuk lokasi penyuluhan kepada peserta maka penyusul kegiatan menetapkan bahwa kegiatan dilaksanakan secara *onsite* di Rumah Rahpia. Kemudian dilakukan survei lokasi kegiatan dan wawancara dengan pengelola untuk mengidentifikasi masalah dan tantangan yang sedang dialami, terutama terkait pengembangan produk yang dihasilkan anak dan remaja di Rumah Rahpia. Setelah itu, tim pengusul menyusun rencana kegiatan berupa proposal untuk dilaksanakan sebagai bagian dari kegiatan Tri Dharma.

Kegiatan penyuluhan dilakukan pada hari Minggu, tanggal 27 Maret 2022 dimulai pada pagi hari dengan ibadah bersama. Kemudian pemberian tali asih dan dilaksanakan ceramah yang dibawa oleh tim dosen. Kegiatan dilanjutkan dengan demo pembuatan produk kerajinan tangan dan makanan ringan oleh anak dan remaja di Rumah Rahpia dan tim dosen memberikan tanggapan dan masukan langsung kepada peserta. Pada sore hari dilaksanakan pelatihan penggunaan aplikasi *smartphone* dengan mengenalkan berbagai fitur yang tersedia di *smartphone* dan komputer. Peserta pelatihan secara langsung menerapkan informasi yang diterima dan mengisi survei untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman peserta terkait manfaat aplikasi dan fitur yang tersedia di *smartphone* dan komputer.

Pendampingan kewirausahaan terus diberikan kepada anak dan remaja Rumah Rahpia yang dilakukan secara *onsite* dan *online* selama masa kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dari hasil wawancara dengan peserta dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan penjualan produk dan naiknya animo masyarakat sekitar terhadap produk yang dihasilkan. Para peserta juga semakin percaya diri untuk memperbaiki kualitas produk dan menambah jumlah hasil produk.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan dengan tema penggunaan aplikasi *smartphone* untuk memasarkan produk industri rumah tangga dilaksanakan secara *onsite* di lokasi Rumah Rahpia dengan jumlah peserta 15 orang. Kegiatan didampingi oleh pemilik dan pengelola Rumah Rahpia beserta 3 orang mahasiswa dari kampus UPH. Data peserta penyuluhan dapat dilihat pada Gambar 2.

Pada Gambar 3 terlihat demo pembuatan produk makanan ringan yang diproduksi oleh anak dan remaja di Rumah Rahpia. Pada Gambar 4 dapat dilihat tim dosen memberikan pelatihan penggunaan aplikasi *smartphone* dan komputer untuk peningkatan penjualan dan pemasaran produk.

Dukungan kewirausahaan terus diberikan kepada anak-anak dan remaja Rumah Rahpia baik secara on-site maupun online melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Hasil wawancara dengan peserta menunjukkan penjualan produk meningkat dan minat masyarakat setempat terhadap produk yang dihasilkan meningkat. Peserta juga mendapatkan kepercayaan diri dalam meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan.

**DAFTAR HADIR PENGABDIAN MASYARAKAT
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 UNIVERSITAS PELITA HARAPAN (UPH) KAMPUS MEDAN**

Hari/ Tanggal : Minggu/ 27 Maret 2022
 Tempat : Panti Asuhan Rahpia Pintu Air IV Jl. Maju Raya No.9B Simalingkar B Medan
 Tema : Pemanfaatan Aplikasi Melalui Handphone Untuk Pemasaran Produk Home Industry Di Panti Asuhan Rahpia

No	Nama	Tanda Tangan
1.	Lambok Sagara	
2.	Pipnika	
3.	Syukur M.W	
4.	Andreas Sagala	
5.	Gustiani Guio	
6.	APRI LESTARI GIRSANG	
7.	Theresia Sirgar	
8.	Winda esth Jaya Putri	
9.	Ghanea f Sibangang	
10.	NIA AUDINA SEBAYONG	
11.	Septasari Larosa	
12.	Martin Iman Guio	
13.	Melisa Durgas S	
14.	Rishi Sandi Januar Larosa	
15.	KRISTI PANOL JANUAR LABOSA	
16.		
17.		
18.		
19.		
20.		

Medan, 27 Maret 2022
 Diketahui Oleh
 Pengasuh Panti Asuhan

 Ev.Ngulih Harefa., SPd

Gambar 2. Peserta Kegiatan



Gambar 3. Demo Pembuatan Produk



Gambar 4. Pelatihan Kewirausahaan dan Penggunaan Aplikasi *Smartphone*

Setelah dilakukan kegiatan penyuluhan dan pelatihan, maka dilakukan evaluasi melalui survei yang diikuti oleh seluruh peserta dengan hasil sebagai berikut.

Terdapat 12 orang (80%) peserta yang menyatakan bahwa isi materi pelatihan sangat baik dan bermanfaat, dan 3 orang (20%) peserta yang menyatakan isi materi pelatihan baik dan cukup bermanfaat seperti terlihat pada Tabel 1. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang dibawakan oleh tim kegiatan sudah sesuai dengan harapan dari para peserta.

Tabel 1. Kualitas Materi Pelatihan

	Jumlah Peserta	Persentase (%)
Sangat Baik	12	80
Baik	3	20

Dalam hal penggunaan waktu selama dilaksanakan pelatihan dan pendampingan, terdapat 11 orang (73%) yang menyatakan bahwa efisiensi penggunaan waktu sangat baik dan ada 4 (27%) orang yang menyatakan baik seperti terlihat pada Tabel 2. Harapan dari para peserta adalah bahwa kegiatan pendampingan dapat dilakukan lebih intens secara tatap muka dibandingkan dengan konsultasi secara *online*.

Tabel 2. Efisiensi Waktu

	Jumlah Peserta	Persentase (%)
Sangat Baik	11	73
Baik	4	27

Terkait penguasaan materi pelatihan, terdapat 12 orang (80%) peserta yang dapat mempraktikkan isi materi dengan sangat baik, dan 3 orang (20%) peserta yang menguasai materi dengan baik seperti terlihat pada Tabel 3. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari kegiatan sudah tim pemateri memang sudah menyesuaikan isi pelatihan dengan kemampuan yang dimiliki oleh para peserta.

Tabel 3. Penguasaan Materi

	Jumlah Peserta	Persentase (%)
Sangat Baik	12	80
Baik	3	20

Beberapa komentar dan masukan dari peserta terkait kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dapat terlihat pada Tabel 4. Adapun komentar yang diberikan bersifat membangun dan menjadi masukan bagi tim pemateri untuk pelaksanaan kegiatan yang lebih baik.

Tabel 4. Komentar Peserta

Saran dan Masukan
o Pelatihan yang diberikan memberikan kepercayaan diri untuk membuat produk yang lebih baik
o Mengerti berbagai macam aplikasi di komputer maupun handphone untuk mengambil gambar produk dan menjual produk
o Mengetahui teknik penjualan melalui aplikasi media sosial dan bagaimana membangun hubungan baik dengan pelanggan
o Pelatihan dilakukan secara rutin karena aplikasi di smartphone yang selalu baru sehingga perlu pengetahuan baru
o Lebih banyak mahasiswa di kampus bisa ikut serta dalam kegiatan secara tatap muka untuk saling berbagi pengalaman dalam kewirausahaan

D. PENUTUP

Setelah memberikan pelatihan kepada generasi muda tentang penggunaan aplikasi seluler untuk memasarkan produk, beberapa hasil yang diharapkan dapat diantisipasi. Pertama, perolehan keterampilan terkait pemasaran produk menggunakan aplikasi seluler diharapkan dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan individu muda, sehingga memungkinkan mereka mempromosikan dan menjual produk atau layanan secara efektif melalui platform digital. Selain itu, pelatihan ini kemungkinan akan menumbuhkan pemahaman tentang strategi pemasaran digital, teknik keterlibatan pelanggan, dan pengambilan keputusan berdasarkan data, sehingga memberdayakan remaja wirausaha untuk memanfaatkan aplikasi seluler untuk pertumbuhan bisnis dan perluasan pasar.

Selain itu, pemberian pelatihan pemasaran aplikasi seluler diharapkan dapat merangsang inovasi dan kreativitas di kalangan generasi muda, mendorong mereka untuk mengembangkan pendekatan baru dalam promosi produk dan penjangkauan pelanggan. Selain itu, pelatihan ini dapat meningkatkan literasi keuangan dan ketajaman bisnis, membekali wirausahawan muda dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola transaksi keuangan, menganalisis tren pasar, dan membuat keputusan bisnis yang tepat. Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat memfasilitasi pengembangan praktik bisnis berkelanjutan, sehingga memungkinkan wirausahawan muda untuk membangun dan mempertahankan usaha yang layak dan tangguh di pasar digital. Secara keseluruhan, memberikan pelatihan pemasaran aplikasi seluler kepada generasi muda diharapkan dapat membekali mereka dengan kompetensi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk berkembang dalam ekonomi digital dan berkontribusi pada pertumbuhan dan inovasi sektor bisnis.

Sebagai penutup, kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkhusus untuk generasi muda di Rumah Rahpia maupun panti asuhan lainnya dapat juga berfokus kepada berbagai inisiatif lainnya. Ada banyak cara untuk memperbaiki panti asuhan melalui inisiatif pengabdian masyarakat. Beberapa ide meliputi menawarkan bantuan pendidikan, bimbingan belajar, dan kegiatan ekstrakurikuler, melaksanakan perubahan struktur panti asuhan agar lebih kekeluargaan dan kondusif bagi tumbuh kembang anak yang baik, melatih staf panti asuhan untuk memberikan perawatan yang lebih hangat dan penuh kasih sayang kepada anak-anak. Lebih lanjut, dapat diciptakan program beasiswa untuk memberikan insentif kepada anak-anak yatim piatu agar berprestasi secara akademis dan menjadi panutan bagi teman-temannya. Panti asuhan juga dapat bermitra dengan sekolah atau universitas untuk mengelola dana beasiswa secara transparan dan efektif, dan membina kemitraan antara panti asuhan dan bisnis lokal untuk memberikan pelatihan kerja dan kesempatan kerja bagi anak yatim piatu yang sedang bertransisi ke kehidupan dewasa. Dengan menerapkan strategi ini, panti asuhan dapat meningkatkan kualitas hidup anak-anak yang tinggal di sana secara signifikan, dan para relawan dapat memperoleh pengalaman berharga sekaligus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Al-Zyoud, M. (2020). The role of firms's smartphone applications in developing brand's equity. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 324-340. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(19\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(19))
- Astuty, E., Yustian, O., & Ratnapuri, C. (2022). Building student entrepreneurship activities through the synergy of the university entrepreneurship ecosystem. *Frontiers in Education*, 7. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.757012>
- Edward, Y. R., & Kaban, L. M. (2020). The Effect of Transformational Leadership and Competence on Employee Performance With Job Satisfaction as Intervening Variable. *Academic Journal of Economic Studies*, 6(2). <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=875899>
- Gana, M. and Koce, H. (2016). Smartphone marketing: the influence of trust and privacy concerns on consumers' purchase intention. *International Journal of Marketing Studies*, 8(2), 121. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n2p121>
- Kapinga, A., Montero, C., & Mbise, E. (2019). Smartphone marketing application for entrepreneurship development: codesign with women entrepreneurs in iringa, tanzania. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(2). <https://doi.org/10.1002/isd2.12073>
- Khong, R., Kaban, L. M., & Djingga, F. (2023). Improving Quality Conscious Decision-Making on Customers at a Family Coffee Shop, Pematangsiantar. *Journal of Accounting and Management Innovation*, 7(2). <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/669>
- Mozolev, O., Marusynets, M., Zdanevych, L., Смык, O., & Chehi, T. (2021). Children's socialization in family-style orphanages. *Open Journal of Social Sciences*, 09(07), 154-167. <https://doi.org/10.4236/jss.2021.97010>
- Otović, S., Demirović, D., Košić, K., & Vujko, A. (2017). Fostering entrepreneurship at high schools: a case of rural areas in vojvodina (serbia). *Ekonomika Poljoprivrede*, 64(4), 1523-1535. <https://doi.org/10.5937/ekopolj1704523o>

- Pickernell, D., Packham, G., Jones, P., Miller, C., & Thomas, B. (2011). Graduate entrepreneurs are different: they access more resources?. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(2), 183-202. <https://doi.org/10.1108/13552551111114932>
- Samad, N., Muhamad, S., Rahman, A., Sulaiman, C., Othman, N., & Shaari, N. (2022). Smartphone commerce application moving towards sustainability. *Iop Conference Series Earth and Environmental Science*, 1102(1), 012032. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1102/1/012032>
- Vania, P., & Kaban, L. M. (2022). Analysis of Online Purchase Intention Using Scarcity and Liking as the Persuasion Marketing Strategies. *5th National Conference Business, Management, and Accounting*. <https://ojs.uph.edu/index.php/NCBMA/article/view/5825>