

Pengetahuan Masyarakat di Kota Samarinda tentang Teknologi Informasi

Community Knowledge in Samarinda City about Information Technology

Faldi ¹

Bambang Setiaji ^{2,3*}

Rahman Anshari ³

Rizky Kurniawan Syamat ⁴

Hasyrul Hamzah ⁵

Widya Rahmah ⁵

¹Faculty of Science and Engineering, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, East Kalimantan, Indonesia

²Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Central Java, Indonesia

³Faculty of Economics, Business, and Politics, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, East Kalimantan, Indonesia

⁴Chancellor's Secretariat, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, East Kalimantan, Indonesia

⁵Faculty of Pharmacy, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, East Kalimantan, Indonesia

email: bs260@umkt.ac.id

Kata Kunci

Masyarakat
Pengetahuan
Teknologi Informasi

Keywords:

Public
Information Technology
Knowledge

Received: October 2021

Accepted: November 2021

Published: January 2022

Abstrak

Rasa ingin tahu manusia akan sesuatu akan selalu membuat tingkat pengetahuan meningkat karena segala sesuatu yang diketahui adalah pengetahuan. Seperti itulah pengetahuan, seiring berkembangnya zaman, teknologi informasi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam kesuksesan bisnis karena kelebihannya dalam mempermudah pekerjaan dalam dunia kehidupan sehari-hari. Seperti yang diketahui, segala sesuatu yang berkaitan dengan proses, pengimplementasian sebagai alat bantu, manipulasi, hingga pengelolaan informasi merupakan fungsi teknologi informasi. Tanpa adanya bentuan teknologi informasi pada dunia bisnis dapat membuat promosi suatu produk kalah saing dengan competitor lainnya, melemahnya manajemen pemasaran, hingga memperburuk infrastruktur perusahaan sehingga dapat mengalami kesulitan dalam jalannya usaha. Tujuan dilakukannya pengabdian ini adalah untuk melihat tingkat pengetahuan masyarakat terkait teknologi informasi yang sebenarnya sangat membantu kehidupan sehari-hari. Metode pengabdian ini menggunakan metode survei deskripsi terkait tingkat pengetahuan masyarakat tentang teknologi informasi dengan alat ukur berupa kuisioner yang disebar ke masyarakat melalui kegiatan webinar dengan pengambilan sampel secara random sampling sehingga didapatkan 290 responden yang terdiri dari para mahasiswa, pekerja swasta, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil pengabdian, diketahui bahwa sebanyak 73,6% responden telah paham bagaimana cara pengaplikasian teknologi informasi dan sebanyak 60% responden menyatakan bahwa teknologi informasi sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari karena hal ini dapat memudahkan segala pekerjaan yang ada. Sebagian besar masyarakat di Samarinda telah menetahui bagaimana cara pengaplikasian dan peningkatan teknologi informasi ini dalam memudahkan pekerjaan mereka.

Abstract

Human curiosity about something will always increase the level of knowledge because everything known is knowledge. Such is knowledge, along with the times, information technology has become one of the influential factors in business success because of its advantages in facilitating work in everyday life. Everything related to the process, implementation as a tool, manipulation, and information management is a function of information technology. Without the help of information technology in the business world, it can make the promotion of a product less competitive with other competitors, weaken marketing management, worsen the company's infrastructure, and experience difficulties in running the business. This activity aims to see the level of public knowledge related to information technology, which is very helpful in daily life. This service uses a descriptive survey method associated with the level of general knowledge about information technology with a measuring instrument in the form of a questionnaire distributed to the public through webinar activities with random sampling so that 290 respondents are obtained consisting of students, private workers, and so on. Based on the results, it is known that as many as 73.6% of respondents have understood how to apply information technology. As many as 60% of respondents stated that information technology is fundamental in everyday life because it can facilitate all existing work. Most people in Samarinda already know how to apply and the importance of this information technology in promoting their work.



PENDAHULUAN

Rasa ingin tahu manusia akan sesuatu akan selalu membuat tingkat pengetahuan meningkat karena segala sesuatu yang diketahui adalah pengetahuan, seperti itulah prinsip pengetahuan (Darsini *et al.*, 2019; Dahlan, 2008). Dalam dunia perbisnisan/usaha, teknologi informasi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam kesuksesan bisnis (Hardiansyah & Tricahyono, 2019; Aziz, 2012). Hal ini dikarenakan teknologi informasi memiliki kelebihan dalam mempermudah pekerjaan dalam kehidupan sehari-hari (Parsaorantua *et al.*, 2017).

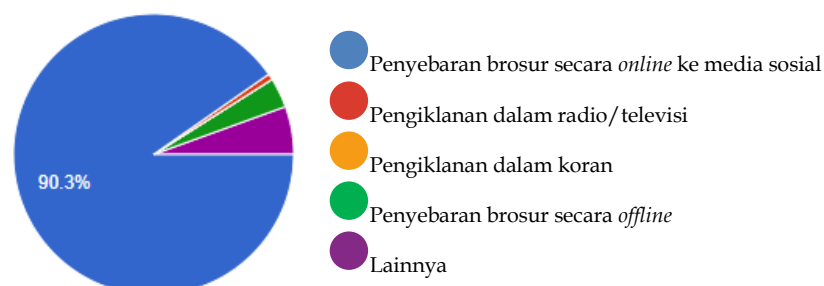
Teknologi informasi membuat pemasaran suatu produk menjadi lebih mudah, menghitung pengeluaran dan pemasukan menjadi lebih praktis, hingga penginput dan outputan yang lebih mudah (Harnadi *et al.*, 2018). Banyak sekali kelebihan-kelebihan dalam pemanfaatan teknologi informasi (Rogers, 1996). Seperti yang diketahui, segala sesuatu yang berkaitan dengan proses, pengimplementasian sebagai alat bantu, manipulasi, hingga pengelolaan informasi merupakan fungsi teknologi informasi (Aziz, 2012). Menurut Rufaidah (2008), tanpa adanya bantuan teknologi informasi pada dunia bisnis dapat membuat promosi suatu produk kalah saing dengan *competitor* lainnya, melemahnya manajemen pemasaran, hingga memperburuk infrastruktur perusahaan sehingga dapat mengalami kesulitan dalam jalannya usaha. Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk dapat mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat terutama para pedagang (pebisnis) terkait teknologi informasi yang sebenarnya sangat membantu dunia perbisnisan, khususnya di Kota Samarinda.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode survei deskripsi terkait tingkat pengetahuan masyarakat tentang teknologi informasi dengan alat ukur berupa kuisioner yang disebar ke masyarakat melalui kegiatan webinar. Pengambilan sampel dilakukan secara *random sampling* hingga didapatkan 290 responden yang terdiri dari para mahasiswa, pekerja swasta, dan lain sebagainya. Selain itu, teknik sampling jenuh diambil sebagai teknik pengambilan sampel di mana seluruh responden digunakan sebagai sampel sehingga digunakan sebanyak 290 responden. Data primer dari kuisioner yang diberikan secara daring (*online*) melalui *Google Form* kepada responden adalah jenis data yang di ambil dalam kegiatan ini yang mana kuisioner telah berisi pertanyaan dan pilihan jawaban yang telah disiapkan terkait tingkat pengetahuan masyarakat tentang teknologi informasi. Penganalisisan data dilakukan dengan cara menghitung persentase jumlah responden dari setiap jawaban sehingga analisis data bersifat deskripsi dan juga disajikan dalam bentuk diagram lingkaran (Nazir, 2014).

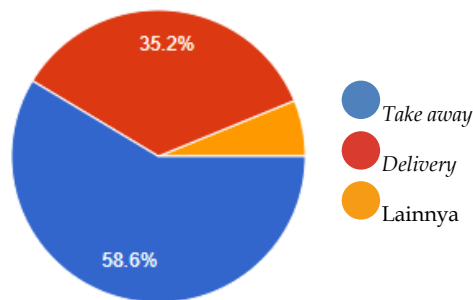
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan promosi usaha, media yang paling digunakan adalah dengan cara penyebaran brosur usaha secara *online* di media sosial dengan hasil persentase sebesar 90,3% (Gambar 1). Menurut Gumilar dan Ipit (2014), metode promosi menggunakan media sosial lebih dipilih oleh sebagian besar masyarakat adalah karena biaya yang dikeluarkan dalam promosi ini relatif lebih murah dibandingkan dengan media lainnya. Selain itu juga, promosi melalui media sosial lebih mudah dan dapat dilakukan sendiri tanpa perlu bantuan jasa berbayar.

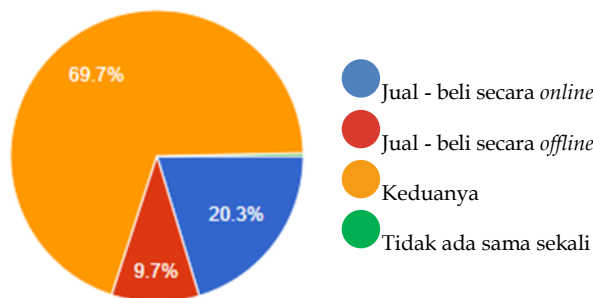


Gambar 1. Jasa Promosi

Dalam melakukan penjualan, jasa pelayanan yang lebih dominan dipilih oleh responden adalah dengan membeli langsung makanan di tempat makan (*take away*) dengan presentase 58,6%. Dan sebanyak 35,2% responden lebih memilih *delivery* (Gambar 2). Sedangkan pada media jual beli yang dominan dilakukan oleh pedagang atau pengusaha saat ini adalah dengan melakukan jual beli secara *online* dan juga *offline* dengan presentase sebanyak 69,7%. Sebanyak 20,3% hanya melakukan jual-beli secara *online* serta 9,7% lainnya hanya melakukan jual beli secara *offline* (Gambar 3). Usaha yang dilakukan secara *online* dan *offline* dapat menguntungkan dalam dua sisi. Pada sisi pertama dalam penjualan *online*, bagi para pekerja ataupun pelajar yang sedang sibuk sehingga tidak dapat langsung pergi keluar untuk membeli hal yang diperlukan karena pekerjaan yang tidak dapat ditinggal ini menjadi alternatif paling mudah mereka gunakan. Sedangkan pada sisi kedua dalam penjualan *offline*, masyarakat dapat langsung datang ke toko untuk memilih dan melihat langsung apa yang mereka inginkan (Okello, 2011).



Gambar 2. Jasa Pelayanan



Gambar 3. Media jual beli

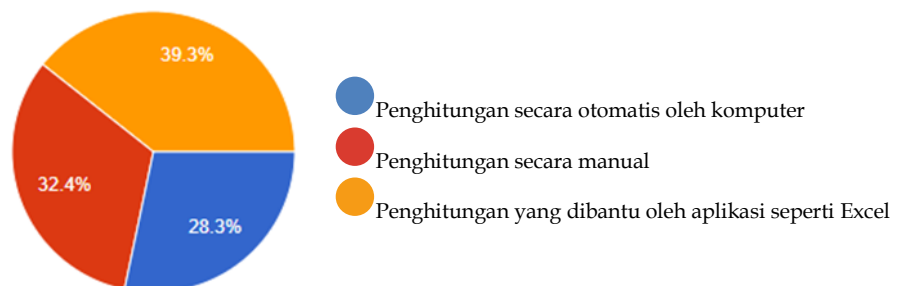
Dalam dunia perusahaan untuk memasarkan produk, sebuah promosi yang menarik dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk membeli produk tersebut. Pendesainan kemasan usaha ataupun alat bantu promosi seperti brosur, spanduk, dan lain sebagainya ini yang menarik dan unik dapat membuat masyarakat tertarik ada produk yang sedang dipromosikan. Seperti yang diketahui seiring berkembangnya zaman, kegiatan untuk mendesain suatu kemasan produk, poster, atau apapun itu dapat dilakukan dengan mudah menggunakan teknologi internet. Tetapi tidak sedikit juga masyarakat lebih memilih untuk meminta orang lain melakukan pendesaian ini dengan alasan agar pekerjaan menjadi lebih praktis daripada dikerjakan sendiri (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, 2018).

Berdasarkan hasil yang didapatkan, sebanyak 45,9% responden lebih memilih untuk pergi ke jasa pendesainan dan sebanyak 54,1% responden lebih memilih untuk melakukan pendesainan usaha sendiri dengan bantuan aplikasi atau web desain seperti Canva, Desygner, Photoshop, dan lain sebagainya (Gambar 4). Dalam melakukan *input* dan *output* keuangan, sebanyak 28,3% masyarakat melakukan secara otomatis dengan bantuan komputer, 32,4% lainnya memilih untuk menghitung secara manual, serta 39,3% lainnya menggunakan aplikasi pembantu seperti Microsoft Excel, dan lain sebagainya (Gambar 5). Selain itu, dalam pemanfaatan fitur perbelanjaan *online*, pemahaman masyarakat dalam menggunakannya sebanyak 73,8% telah paham dalam pengaplikasiannya, sebanyak 13,6% responden telah sangat paham, dan sisanya masih kurang dan sangat tidak paham dalam menggunakannya (Gambar 6). Sedangkan pada hasil

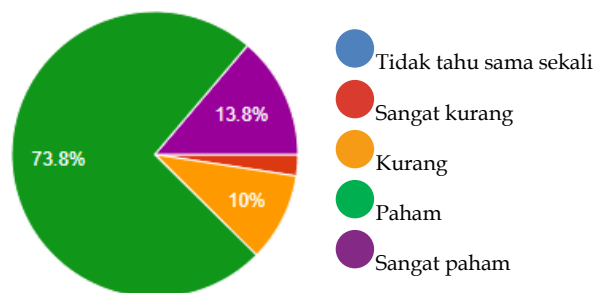
pengetahuan masyarakat terkait pengetahuan teknologi informasi masa kini yang semakin modern, sebanyak 67,6% masyarakat telah paham dalam pengaplikasiannya dan sebanyak 9,7% telah sangat paham. Sisanya masih kurang dan sangat kurang paham bagaimana cara pengaplikasian teknologi informasi masa kini tersebut (Gambar 7).



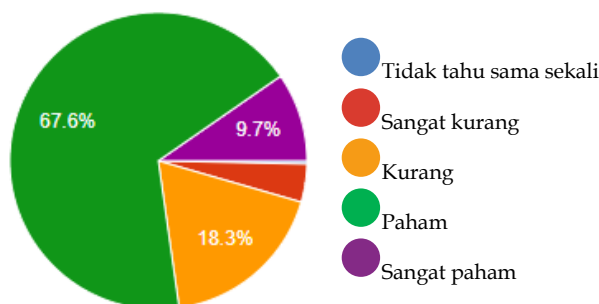
Gambar 4. Jasa desain produk/media promosi usaha



Gambar 5. Metode input dan output keuangan usaha



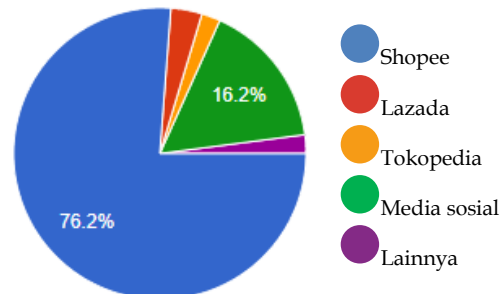
Gambar 6. Pengetahuan tentang online shop



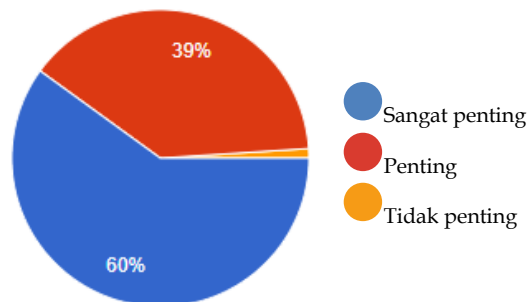
Gambar 7. Pengetahuan tentang teknologi informasi masa kini

Berdasarkan hasil analisa data, aplikasi pembelanjaan yang lebih sering digunakan oleh masyarakat adalah Shopee (Gambar 8). Hal ini dikarenakan Shopee menawarkan banyak sekali keuntungan seperti *gift away*, ongkos kirim yang lebih murah, terdapat games yang dapat memberikan penggunanya hadiah, dan lain sebagainya (Wardoyo & Andini, 2017). Selain itu juga, citra perusahaan yang baik, kemudahan penggunaan, serta kepercayaan perusahaan dengan pengguna

aplikasi berpengaruh positif sehingga masyarakat lebih suka untuk menggunakan aplikasi ini (Mahkota *et al.*, 2014; Feroza *et al.*, 2018). Menurut 60% responden, pengaplikasian teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari sangatlah penting (Gambar 9). Hal ini dikarenakan teknologi informasi dapat memudahkan segala pekerjaan kita, dari yang dahulu agak rumit dan terkadang ada faktor *human error*, sekarang dengan bantuan teknologi informasi pekerjaan menjadi lebih mudah, cepat, praktis, dan kemungkinan terjadi kesalahan sistem sangatlah sedikit (Khilbran & Sakti, 2019).



Gambar 8. Aplikasi pembelian yang sering digunakan



Gambar 9. Tingkat pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam kehidupan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian, diketahui bahwa sebanyak 73,6% responden telah paham bagaimana cara pengaplikasian teknologi informasi dan sebanyak 60% responden menyatakan bahwa teknologi informasi sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari karena hal ini dapat memudahkan segala pekerjaan yang ada. Sebagian besar masyarakat di Samarinda telah mengetahui bagaimana cara pengaplikasian teknologi informasi ini dalam memudahkan pekerjaan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih banyak kami ucapkan kepada Program *Matching Fund* Tahun 2021 Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi yang mendukung dan memfasilitasi kami dalam kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. 2018. *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://www.apji.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- Aziz, A. 2012. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*. **10**(1):35-50. <http://dx.doi.org/10.17933/bpostel.2012.100104>

- Dahlan, M.S. 2008. *Statistik untuk Kedokteran dan Kesehatan*. Edisi 3. Jakarta: Salemba
- Darsini, Fahrurrozi, Cahyono, E.A. 2019. Pengetahuan ; Artikel Review. *Jurnal Keperawatan*. **12**(1):95-107
- Feroza, M.A., Muhdiyanto, Diesyana, A.P. 2018. Creating E-Loyalty on Online Shopping Transaction through E-Service Quality and E-Trust. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*. **1**(1):39-45
- Gumilar, G., Zulfan, I. 2014. Penggunaan Media Massa dan Internet sebagai Sarana Penyampaian Informasi dan Promosi oleh Pengelola Industri Kecil dan Menengah di Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*. **2**(1):85-92. <https://doi.org/10.24198/jkk.v2i1.6054>
- Hardiansyah, R., Tricahyono, D. 2019. Identifikasi Faktor-Faktor Kesuksesan Start Up Digital di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi*. **27**(2):134-145. <http://dx.doi.org/10.31258/je.27.2.p.134-145>
- Hamadi, A., Wijayanti, S.H., Hardianto, A.W. 2018. Pelatihan Pencatatan Keuangan Dan Pemasaran Bagi Kelompok Mangrove Indah di Bekasi. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*. **1**(2):200-210. <http://dx.doi.org/10.24912/jbmi.v1i2.2904>
- Khilbran, M., Sakti, W.I. 2019. Identifikasi Faktor Risiko Human Errors Dalam Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia di Perusahaan Jasa Konstruksi. *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran, dan Ilmu Kesehatan*. **3**(1):45-56. <http://dx.doi.org/10.24912/jmstkik.v3i1.2210>
- Mahkota, A.P., Suyadi, I., Riyadi. 2014. Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*. **8**(2):1-7
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Edisi 9. Bogor: Ghalia Indonesia
- Okello, J.J. 2011. Use of Information and Communication Tools and Services by Rural Grain Traders: The Case of Kenyan Maize Traders. *International Journal of ICT Research and Development in Africa (IJICTRDA)*. **2**(2):39-53
- Parsaorantua, P.H., Pasoreh, Y., Rondonuwu, S.A. 2017. Implementasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Studi Tentang Web E-Government Di Kominfo Kota Manado). *Acta Diurna Komunikasi*. **6**(3):1-14
- Rogers, E.M. 1996. *Communication Technology : The New Media in Society*. New York: Free Press
- Rufaidah, P. 2008. Peran Teknologi Komunikasi Dalam Rantai Nilai Pedagang Di Pasar Tradisional. *Jurnal Socioteknologi*. **7**(14):399-414
- Wardoyo, Andini, I. 2017. Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Daya Saing*. **19**(1):12-26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>