

## TEKNIK NEGOSIASI MELALUI MEDIA *ONLINE* DALAM MENINGKATKAN *HOME INDUSTRY* UNTUK IBU RUMAH TANGGA DI BEKASI

E. Nugrahaeni Prananingrum, Wiratri Anindhita, Nada Arina Romli  
Universitas Negeri Jakarta  
[enugrahaeni@unj.ac.id](mailto:enugrahaeni@unj.ac.id)

### **Abstract**

*The labor problem in Indonesia is a crucial problem and a problem that is quite complicated for our nation. The longer the number of unemployed will increase. In fact, many higher education graduates experience bullying because of a lack of skills in the world of work. Due to the lack of employment opportunities in Indonesia, lack of skills and lack of funds available, many Indonesian workers become migrant workers. This problem then becomes a challenge for our government. At times, the fate of Indonesian workers abroad often did not have good luck. So that when they return to their homeland, they get more and more difficulties in living life. Some of them are housewives who want to expand their business by increasing their home industry at home. In addition, in a pandemic situation like this, women are required to have other skills to support the family economy. These activities are for example by conducting a trading business. So it is important for women to have negotiation skills, especially negotiating through online media. Based on the reasons above, community service activities for housewives in Bekasi were made with the theme of Negotiation Techniques through online media in Increasing Home Industry Business for Housewives in Bekasi. Because this community service activity was held simultaneously with the pandemic situation, it was carried out online or online. The activity took place in two places. Namely for housewives in Kranji Bekasi and Jatisampurna Bekasi. In this activity, it was explained about basic negotiation techniques, techniques to display products attractively in digital negotiations, digital communication strategies, and how to make agreements in online negotiations. This helps mothers so they don't experience losses and fraud when negotiating online. It turned out that in this community service activity, many participants shared their experiences of trading through online media. Many of them experience losses and failures because they were deceived. So that the online negotiation technique training makes them have the knowledge so they don't experience fraud.*

**Keywords:** negotiation, media, online, housewife

### **Abstrak**

*Masalah tenaga kerja di Indonesia merupakan masalah yang krusial dan menjadi masalah yang cukup rumit bagi bangsa kita. Semakin lama jumlah pengangguran semakin banyak. Bahkan para lulusan pendidikan tinggi pun banyak yang mengalami pengganggutan karena kurangnya ketrampilan dalam dunia kerja. Karena kurangnya lapangan kerja yang ada di Indonesia, kurangnya ketrampilan dan kurangnya dana yang dimiliki membuat banyak tenaga kerja Indonesia yang menjadi TKI. Masalah ini yang kemudian menjadi tantangan bagi pemerintah kita. Adakalanya nasib para tenaga kerja Indonesia yang di luar negeri sering tidak bernasib baik. Sehingga ketika kembali ke tanah air, mereka semakin memperoleh banyak kesulitan dalam menjalani kehidupan. Beberapa diantaranya adalah para ibu rumah tangga yang ingin mengembangkan usahanya dengan meningkatkan home industry mereka di rumah. Selain itu dalam situasi pandemi seperti saat ini, para perempuan dituntut memiliki ketrampilan lain untuk mendukung ekonomi keluarga. Kegiatan tersebut adalah misalnya dengan melakukan usaha dagang. Maka penting bagi para perempuan untuk memiliki keahlian negosiasi, terutama negosiasi melalui media online. Berdasarkan dengan alasan diatas, maka dibuatlah kegiatan pengabdian masyarakat untuk para Ibu Rumah Tangga di Bekasi dengan tema Teknik Negosiasi melalui media online dalam Meningkatkan Usaha Home Industry untuk Ibu Rumah Tangga di Bekasi. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini karena diadakan bersamaan dengan situasi pandemi maka dilaksanakan secara online atau daring. Kegiatan berlangsung di dua tempat. Yaitu untuk Ibu Ibu Rumah Tangga di Kranji Bekasi dan Jatisampurna Bekasi. Dalam kegiatan ini disampaikan mengenai teknik negosiasi secara mendasar, teknik menampilkan produk secara menarik dalam negosiasi digital, strategi*

berkomunikasi secara digital, serta cara melakukan perjanjian dalam negosiasi secara online. Hal ini membantu para ibu agar mereka tidak mengalami kerugian dan penipuan ketika melakukan negosiasi secara online. Ternyata dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, banyak peserta yang menceritakan pengalaman mereka melakukan perdagangan melalui media online. Banyak dari mereka mengalami kerugian dan kegagalan karena tertipu. Sehingga dengan adanya pelatihan teknik negosiasi secara online membuat mereka memiliki pengetahuan agar tidak mengalami penipuan.

**Kata Kunci** : negosiasi, media, online, ibu rumah tangga

## 1. PENDAHULUAN (*Introduction*)

Masalah tenaga kerja di Indonesia merupakan masalah yang krusial dan menjadi masalah yang cukup rumit bagi bangsa kita. Semakin lama jumlah pengangguran semakin banyak. Bahkan para lulusan pendidikan tinggi pun banyak yang mengalami pengangguran karena kurangnya ketrampilan dalam dunia kerja. Karena kurangnya lapangan kerja yang ada di Indonesia, kurangnya ketrampilan dan kurangnya dana yang dimiliki membuat banyak tenaga kerja Indonesia yang menjadi TKI.

Masalah ini yang kemudian menjadi tantangan bagi pemerintah kita. Adakalanya nasib para tenaga kerja Indonesia yang di luar negeri sering tidak bernasib baik. Sehingga ketika kembali ke tanah air, mereka semakin memperoleh banyak kesulitan dalam menjalani kehidupan. Beberapa diantaranya adalah para ibu rumah tangga yang ingin mengembangkan usahanya dengan meningkatkan *home industry* mereka di rumah.

## 2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Pada era globalisasi pada saat ini maka kemampuan wirausaha menjadi sesuatu hal yang sangat penting bagi setiap orang. Promosi dan pemasaran dapat dilakukan melalui jalur media sosial. Seperti yang disebutkan dalam [www.romelteamedia.com](http://www.romelteamedia.com) yang menyatakan bahwa pada saat ini pemasaran produk melalui media online merupakan strategi yang sangat efektif.

Pemasaran melalui Media Sosial (Social Media Marketing) adalah strategi, teknik, atau proses mendapatkan trafik (pengunjung) website atau perhatian melalui situs media sosial -- Twitter, Facebook, YouTube, dsb.

Program Pemasaran Media Sosial biasanya dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (share) konten tersebut melalui jaringan sosial mereka. (*Wikipedia*).

Ringkasnya, Pemasaran Media Sosial adalah usaha bagian pemasaran perusahaan atau humas instansi untuk membuat tulisan, gambar, video, grafik, atau posting di akun media sosial lembaga guna mempromosikan produk/jasa.

Diharapkan, konten tersebut mampu menarik perhatian, disukai, dan dishare seluas-luasnya sehingga menghasilkan "electronic Word of Mouth" (eWoM) atau dibicarakan oleh para user media sosial. Tujuan akhirnya adalah citra positif dan reputasi di kalangan konsumen/klien.

## Pengertian Pemasaran Media Sosial

Sosial media memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesamanya,<sup>1</sup> pelanggan, dan calon pelanggan. Sosial media memberi “identitas” kepada “brand” atau merk yang dipasarkan dan membantu Anda untuk menyebarkan pesan Anda dengan cara yang santai dan komunikatif." (*Fortune PR*).

"Pemasaran social media memberikan Anda akses secara instan ke audiense dan memungkinkan untuk terlibat dalam berkomunikasi dengan bisnis Anda" (*Toffee Net*).

"Social Media Marketing adalah upaya pemasaran online dengan menciptakan visibilitas, eksistensi dan keberadaan sebuah situs web pada Social Media Network (jaringan media sosial) seperti Facebook, Twitter, Digg, Web 2.0, social bookmarking, dan lain-lain." (*Optima Web*) Media Sosial merupakan *platform* yang sangat efektif untuk berkomunikasi dan mendengarkan pendapat pelanggan/klien. Media sosial memungkinkan pelanggan/konsumen/klien berkomunikasi langsung, mengkritisi, memberi masukan, juga mempromosikan produk/jasa.

Kehadiran media sosial, termasuk blog, memungkinkan semua orang tidak hanya menjadi user (pengguna), tapi juga publisher.

Pemasaran Media Sosial merupakan bagian dari aktivitas Internet Marketing (Pemasaran via Internet). "Kolega" Pemasaran Media Sosial antara lain:

- Search Engine Optimization
- Email Marketing
- Referral Marketing
- Content Marketing
- Native Advertising
- Search Engine Marketing
- Search Analytics
- Web Analytics
- Display Advertising
- Contextual Advertising
- Behavioral Targeting
- Affiliate Aarketing
- Revenue Sharing
- Mobile Advertising

<http://www.romelteamedia.com/2014/09/pemasaran-media-sosial-social-media-marketing.html>

Catatan: posting ini sekadar "menyimpan catatan" tentang Pemasaran Media Sosial - Social Media Marketing yang mungkin akan dikembangkan ke strategi, teknik, atau taktiknya nanti. Wasalam. ([www.romelteamedia.com](http://www.romelteamedia.com)).

### 3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Metode yang dipakai dalam pemecahan masalah di kegiatan ini, para ibu rumah tangga di pertemuan awal diberikan penjelasan berkaitan dengan konsep-konsep dan

tentang kewirausahaan, teknik negosiasi dan pelatihan media online . Dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini para masyarakat dapat memahami konsep konsep tersebut dengan baik

Pelatihan ini akan diadakan dalam tiga sesi. Pada sesi pertama akan dibahas secara teoritis mengenai teknik negosiasi. Dalam sesi pertama, ibu rumah tangga akan dilatih membuat dan mengemas produk jualannya, pada sesi kedua para ibu rumah tangga dilatih kewirausahaan dan pentingnya promosi produk secara menarik. Sedangkan pada pertemuan ketiga dilatih mempromosikan produk melalui media online.

Khalayak sasaran adalah para Ibu Rumah Tangga yang memiliki usaha home industry seperti konveksi, kuliner, jasa, dll. Mereka selama ini adalah binaan dari Bank BTPN. Para perempuan ini bergabung dalam komunitas Wirausaha Perempuan BTPN di Jatisampurna dan Bantar Gebang Bekasi.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bekerjasama dengan dua mitra, yaitu komunitas Wirausaha Perempuan BTPN Syariah di Jatisampurna Bekasi dan komunitas Wirausaha Perempuan BTPN Syariah di Bantargebang. Komunitas wirausaha ini merupakan komunitas binaan PT BTPN Syariah yang berfokus pada nasabah prasejahtera dengan memberikan kesempatan mengembangkan potensi wirausaha perempuan agar dapat berdaya dan produktif. Visi Bank BTPN Syariah adalah menjadi bank syariah terbaik untuk keuangan inklusif, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesia, sedangkan misinya adalah Bersama-sama, kami menciptakan peluang untuk pertumbuhan dan kehidupan yang lebih bermakna (Web Bank BTPN Syariah).

Pendudukan Indonesia memiliki angka kemiskinan yang cukup tinggi dengan angka presentasi 9,41% atau sekitar 25,14 juta penduduk yang terdata per-Maret 2019 (Badan Pusat Statistik, 2019). Masyarakat Indonesia dengan presentase 49% memiliki kemitraan dengan bank, oleh sebab itu muncullah produk Bank BTPN Syariah yaitu Paket Masa Depan (PMD). Produk Paket Masa Depan (PMD) adalah produk terintegrasi BTPN Syariah yang didedikasikan untuk kelompok perempuan di desa-desa yang ingin memulai bisnis dan bercita-cita untuk mengubah hidup mereka tetapi tidak memiliki akses ke layanan perbankan. Menekankan pada pemeliharaan empat perilaku efektif untuk mewujudkan impian mereka - Keberanian Melakukan Bisnis, Disiplin, Kerja Keras, dan Solidaritas - BTPN Syariah melakukan program pemberdayaan yang berkelanjutan dan terukur secara teratur (web Bank BTPN Syariah). PMD dapat untuk melakukan pinjaman dari 1.5 juta hingga 50juta. Kegiatan ini dilakukan untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga untuk mempunyai penghasilan. PMD berbasis komunitas dimana satu kelompok berisikan 5 orang dan untuk satu sentra minimal 25 orang untuk mengikuti program PMD ini. Pengenalan program PMD ini melalui sales-sales Bank BTPN Syariah yang berada didaerah sekitar pemukiman ibu-ibu, dan memberikan pelatihan untuk nasabah program PMD dari Bank BTPN Syariah mengenai pengelolaan usaha untuk ibu-ibu rumah tangga (hasil prareset; 24 Februari 2020).

Dilansir dari Republika.co.id, bank BTPN syariah memiliki jumlah nasabah yang terdiri dari keluarga prasejahtera sebesar 3,6 juta orang yang tersebar di Jawa Barat, lalu Jawa Timur, Jawa Tengah, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan seterusnya. Lalu sekitar 60 persen atau 2,1 juta yang berada di pulau Jawa. Jumlah nasabah BTPN syariah yang berada di Jatisampurna sebanyak 100 orang dan Bantargebang sebanyak 120 orang.

Komunitas wirausaha perempuan BTPN Syariah yang berlokasi di sentra Jatisampurna, Bekasi ini beranggotakan 30 wirausaha prasejahtera yang dibina baik secara permodalan maupun ilmu kewirausahaan dari segi produksi, manajemen dan pemasaran.

Permasalahan yang ada di lingkungan mitra adalah banyaknya anggota komunitas yang masih menggunakan media promosi tradisional seperti hanya menjajakan produknya dan menitipkannya di warung. Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi komunikasi terlebih media sosial. Dan market place seperti online shop. Masyarakat sekitar bantargebang dan jatisampurna juga belum mengerti mengenai komunikasi pemasaran dan bisnis yang menarik untuk promosi produk serta belum memahami cara membuat konten yang menarik untuk promosi di media sosial.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)

Perguruan tinggi merupakan tempat untuk memberikan transfer ilmu dan memberikan manfaat keilmuannya bagi masyarakat luas. Proses penyampaian informasi harus merupakan informasi yang menarik dan memberikan kesan positif bagi masyarakat. Mengacu pada hal ini, maka dilakukan Pengabdian Kepada Masyarakat Teknik Negosiasi melalui Media Online dalam Meningkatkan Usaha Home Industri untuk Ibu Rumah Tangga di Bekasi

Perguruan tinggi juga memberikan efek bagi masyarakat, terutama menghadapi berbagai tantangan perkembangan Iptek yang semakin cepat. Dari sudut pandang filosofis, Perkembangan Iptek yang sangat cepat, telah makin mengokohkan faham pemikiran Pragmatisme utilitarianisme, dimana segala sesuatu cenderung dilihat dari sudut manfaat dan kegunaan praktis bagi kehidupan, keadaan ini telah mengakibatkan pemahaman dan orientasi pendidikan mengalami pragmatisasi, dimana sebelumnya pendidikan lebih dilihat secara ideal sebagai upaya untuk mendewasakan manusia melalui *transmission of culture, value, and Norm* tanpa atau kurang memperhatikan dampak praktisnya atau lebih khusus dampak ekonomi bagi kehidupan masyarakat.

Keadaan yang demikian menjadikan tuntutan masyarakat terhadap pendidikan/lembaga pendidikan termasuk Perguruan Tinggi mengalami pergeseran dari tuntutan yang sifatnya idealis ke arah tuntutan yang lebih praktis-pragmatis. Namun demikian nampaknya akan sangat bijak apabila pergeseran tersebut dilihat sebagai gerak bandul dengan dua ujung, dimana yang satu sama sekali tidak menafikan yang lain, idealisme tidak dianggap sebagai pengekang pragmatisme, dan pragmatisme tidak dianggap akan menghapus pemahaman ideal tentang pendidikan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dimensi ekonomi dewasa ini telah mendominasi tuntutan masyarakat terhadap dunia pendidikan, lembaga pendidikan yang lulusannya mudah mendapat pekerjaan sangat diminati, hal ini bukan sesuatu yang salah bahkan sangat rasional, namun Lembaga pendidikan perlu mensikapinya dengan tepat, sebab pertimbangan masyarakat bertumpu pada dimensi sekarang dan *kekinian* dengan lingkup *parsial*, sedangkan

Lembaga pendidikan mesti mempertimbangkan juga dimensi *kenantian* sehingga lebih bersifat *holistik*.

Semua itu secara fundamental akan berpengaruh pada bagaimana proses pembelajaran di Perguruan Tinggi diselenggarakan, dan untuk ketepatan merespon maka pemahaman mengenai trend modus Pembelajaran perlu dicermati agar Pendidikan di Perguruan Tinggi dapat tetap berperan dan mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat yang membutuhkannya.

Pelatihan yang diberikan meliputi :

1. Dasar Dasar Negosiasi
2. Teknik Negosiasi melalui Media Digital
3. Membuat Perjanjian Negosiasi melalui Teknik Digital

Pelaksanaan Kegiatan di dua lokasi :

1. Ibu Ibu Rumah Tangga di Pondok Kopi Kranji Bekasi
2. Ibu Ibu Rumah Tangga di Jati Sampurna Bekasi

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN (Conclusions and Recommendations)

Kesimpulan dalam kegiatan ini bahwa media sosial merupakan situs yang tidak memberikan kontribusi bagi peningkatan ekonomi dengan digunakan untuk negosiasi dagang secara digital. Media sosial lebih mengutamakan gambar gambar dan lebih cocok sebagai media promosi dalam penjualan produk.

Para ibu rumah tangga harus juga turut membantu perekonomian keluarga. Nilai nilai moral dalam komunikasi online masih sangat kurang karena pesan moral tidak dikelola secara efektif oleh pihak penyelenggara situs situs internet. Pelatihan teknik negosiasi membantu

## 6. DAFTAR PUSTAKA (References)

- Praningrum, Nugrahaeni. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Lab ISP FIS UNJ: Jakarta Jurnal Jurnal
- Grafstein. *Information Literacy and Critical Thinking : Context and Practice*. Harvard University. 2018
- Techwataweewan-Prasetsin. *Development of Digital Literacy*. Kasetsart Journal of Social Sciences. 2019
- Park Rim. *Social Media Hoaxes, Political Ideology, and the role of Issue Confidence*. Kasetsart Journal of Social Sciences. 2019
- The use of mobile technology for online-Kuoppamaiki-Taipale-Book-2017*