

SEMINAR STRATEGI BERTAHAN DALAM MENGHADAPI PERMASALAHAN PADA PERUSAHAAN TEKNOLOGI

L. Jatmiko Jati¹⁾, Raden Bagus Faizal Irany Sidharta²⁾, Rini Anggriani³⁾, Helna Wardhana⁴⁾, Susilo Talidobel⁵⁾

^{1),2),3),4),5)} Universitas Bumigora

E-Mail:

jatmiko@universitasbumigora.ac.id¹⁾, ronyfaizal93@gmail.com²⁾,
rinianggriani@universitasbumigora.ac.id³⁾, helna.wardhana@universitasbumigora.ac.id⁴⁾,
susilo@universitasbumigora.ac.id⁵⁾

Submitted:

22-09-2025

Accepted:

30-10-2025

Published:

31-10-2025

ABSTRAK

Di era modern ini, kebutuhan konsumen telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari tingkat kreativitas dan inovasi yang tinggi. Metode pelaksanaan kegiatan ini yakni pendidikan masyarakat, difusi iptek, dan tanya jawab. Acara seminar ini dilaksanakan untuk memberikan solusi bagi permasalahan mitra mengenai kurangnya wawasan tentang strategi bertahan menghadapi permasalahan perusahaan. Acara seminar ini terbukti mampu mentransfer ilmu pengetahuan kepada peserta. Hal ini dibuktikan dengan hasil dokumen *Post-Test* yang berbeda dengan dokumen *Pre-Test* yang di bagikan sebelum acara dimulai. Dokumen *Pre-Test* menunjukkan mayoritas peserta yang masih tidak mengetahui bagaimana strategi tepat untuk keluar dari permasalahan perusahaan, sedangkan dokumen *Post-Test* yang di bagikan setelah acara selesai menunjukkan mayoritas peserta merasa memiliki wawasan dan ilmu pengetahuan lebih setelah mengikuti acara seminar.

Kata kunci: Inovasi; Strategi Bertahan; Permasalahan Perusahaan

Corresponding

Author:

L. Jatmiko Jati

ABSTRACT

In this modern era, consumer needs have changed significantly as a result of high levels of creativity and innovation. The implementation methods for this activity are public education, diffusion of science and technology, and Q&A. This seminar was held to provide solutions to partners' problems regarding the lack of insight into strategies for surviving company problems. This seminar has proven to be able to transfer knowledge to participants. This is evidenced by the results of the Post-Test document which differs from the Pre-Test document distributed before the event began. The Pre-Test document showed that the majority of participants still did not know the right strategy to get out of company problems, while the Post-Test document distributed after the event concluded showed that the majority of participants felt they had more insight and knowledge after attending the seminar.

Keywords: Innovation; Survival Strategy; Corporate Problems

PENDAHULUAN

Perubahan dan kemajuan teknologi saat ini yang semakin modern menyebabkan persaingan yang sangat ketat bagi para pelaku usaha di segala bidang, dengan persaingan yang semakin ketat, para pelaku usaha harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Para pelaku usaha juga harus mempertahankan reputasi positif perusahaan dan produknya, karena ini memengaruhi keputusan konsumen (Jayanti et al., 2024; Yanto & Anggraini, 2023).

Di era modern ini, kebutuhan konsumen telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari tingkat kreativitas dan inovasi yang tinggi. Gaya hidup konsumen telah berubah sebagai akibat dari kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dan organisasi, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan saat membeli barang atau jasa. Usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah karena perubahan ini, pengusaha harus menggunakan strategi yang dapat membuat produk atau jasa mereka dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Beberapa faktor yang dapat mencegah produk atau jasa tersebut memenuhi kebutuhan konsumen termasuk produk atau jasa yang tidak inovatif, target pasar yang tidak sesuai, atau tidak memiliki nilai baru (Anderson & Hidayah, 2023).

Era globalisasi yang berkembang dengan cepat saat ini, membuat hampir semua kegiatan di dunia bergantung pada teknologi. Kemajuan teknologi ini mencakup semua bidang, seperti komunikasi, informasi, distribusi, dan transportasi yang sangat cepat, efisien, dan terdigitalisasi. Teknologi juga mampu mendorong pertumbuhan bisnis global saat ini (Taufik et al., 2020). Inovasi adalah proses penciptaan ide atau konsep baru yang pertama kali muncul dan dimasukkan ke dalam budaya melalui proses teknologi, manajemen, dan sosial. Inovasi juga merupakan cara untuk memberikan solusi baru untuk membuat pelanggan mendapatkan nilai terbaik dari produk yang mereka beli (Hartini, 2012).

Citra perusahaan adalah kesan, perasaan, dan persepsi orang umum atau pelanggan terhadap organisasi atau perusahaan yang berkaitan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi produk, tradisi, ideologi, dan kualitas yang dirancang untuk menggambarkan identitas bisnis. Citra perusahaan terdiri dari elemen fungsional dan emosional, yaitu pengalaman sebelumnya yang dimiliki pelanggan dengan perusahaan. Citra ini digunakan untuk memengaruhi pelanggan melalui iklan, hubungan masyarakat, bentuk fisik, kata dari mulut ke mulut, dan berbagai pengalaman nyata yang mereka miliki saat menggunakan barang dan jasa (Agung, 2024).

METODE

Tim pengabdian melakukan survei kepada 110 orang mahasiswa dan 15 pengusaha di Kota Mataram untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi calon mitra pengabdian. Hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa masih rendah terkait bagaimana menyikapi permasalahan di dalam perusahaan dengan tepat.



Gambar 1. Focus Group Discussion (FGD)

FGD dilaksanakan untuk mendiskusikan serta memutuskan solusi penyelesaian permasalahan mitra yang paling tepat. Tim pengabdian sepakat, untuk mencapai tujuan kegiatan, teknik atau pendekatan untuk menyelesaikan masalah, atau kebutuhan utama digunakan dengan menggabungkan metode-metode berikut (Abdullah et al., 2024; Jati et al., 2024; Mulawarman et al., 2024):

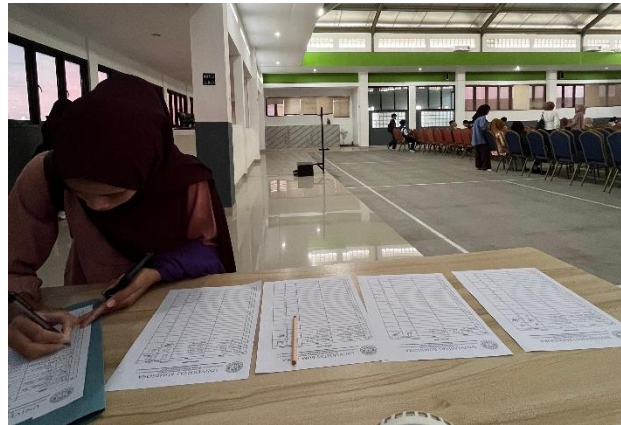
1. Pendidikan Masyarakat: Kegiatan ini dilakukan di Universitas Bumigora. Sasaran kegiatan ini yaitu memberikan wawasan serta ilmu pengetahuan kepada mitra. Kegiatan ini berisi seminar, studi kasus, tanya jawab, dan edukasi yang bertujuan meningkatkan wawasan dan pemahaman mitra. Harapan dari kegiatan ini yaitu agar mitra memiliki pengetahuan, wawasan, dan kemampuan untuk menghadapi dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi perusahaan.
2. Difusi Ipteks: Kegiatan ini dilakukan di Universitas Bumigora. Sasaran kegiatan ini yaitu penyebaran informasi dan/atau promosi tentang suatu Ilmu Pengetahuan dan Teknologi secara proaktif dan ekstensif oleh penemunya dan/atau pihak lain dengan tujuan agar dimanfaatkan untuk meningkatkan daya gunanya.
3. Konsultasi dan Tanya Jawab: Kegiatan ini dilakukan di Universitas Bumigora. Sasaran kegiatan ini yaitu untuk menyelesaikan persoalan atau kebingungan mitra. Kegiatan ini dilaksanakan setelah acara seminar selesai dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Poster Seminar

Tim pengabdian melaksanakan Seminar Manajemen dengan tema “Dari Korea ke Dunia: Analisis Kesuksesan Manajemen Pemasaran”. Narasumber pada acara ini adalah Bapak L. Jatmiko Jati., S.E., M.M. seorang Dosen sekaligus praktisi bisnis yang menjabat sebagai Direktur PT. Melukis Senyum Indah Mu. Narasumber adalah seorang ahli di dunia marketing yang akan mengisi acara seminar dengan mengangkat studi kasus pada Perusahaan Samsung.



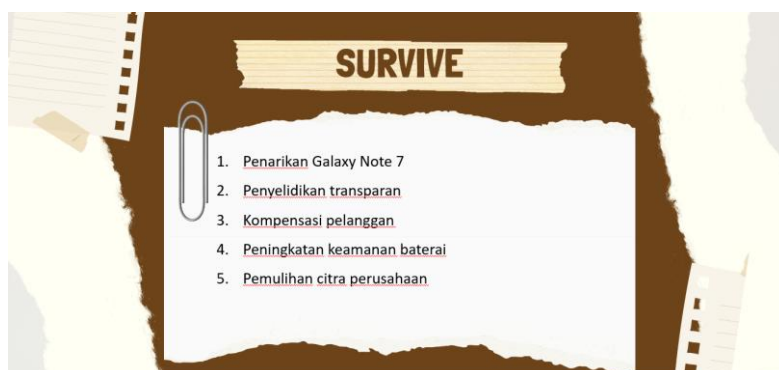
Gambar 3. Pendaftaran Peserta Seminar

Peserta pada acara ini melakukan pendaftaran langsung di lokasi acara yakni di Universitas Bumigora. Peserta seminar berasal dari kalangan mahasiswa dan pelaku bisnis khususnya UMKM di Kota Mataram.



Gambar 4. Acara Seminar

Acara seminar mendapatkan antusiasme yang baik dari mahasiswa dan pengusaha di Kota Mataram, hal ini ditunjukkan oleh gambar 4 yang memperlihatkan peserta seminar yang menghadiri acara ini.

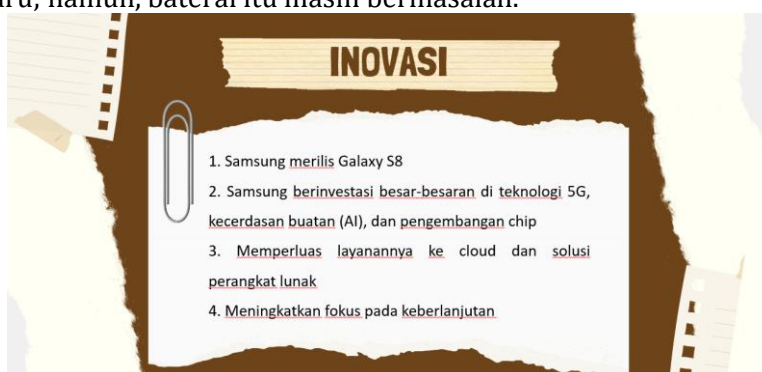


Gambar 5. Materi Survive

Narasumber mengangkat studi kasus tentang Galaxy Note 7 yang sempat viral pada tahun 2016. Kasus baterai terbakar Galaxy Note 7 banyak bermunculan di berbagai negara setelah resmi

dirilis. Narasumber menjelaskan bahwa hasil penyelidikan menunjukkan bahwa baterai Galaxy Note 7 pertama memiliki kelemahan desain di pojok kanan atas yang dapat menyebabkan korsleting. Selain itu, dinilai bahwa casing eksternal baterai terlalu kecil untuk ukuran komponen yang ada di dalamnya. Akibatnya, elektroda di dalam baterai membengkok, dan pojok kanan atas casing baterai ditekan oleh ujung negatif elektroda. Hal ini tentu mengancam kepercayaan konsumen pada produk-produk Samsung kala itu.

Narasumber menjabarkan berbagai strategi yang dilakukan Samsung untuk dapat *survive* dari masalah yang mereka alami. Hal yang menjadi garis besar dan perlu di contoh dalam pemaparan narasumber adalah cepatnya respon Samsung dalam menghadapi masalah. Samsung segera memulai konferensi pers dengan sebuah permintaan maaf, mereka tidak ragu untuk meminta maaf kepada konsumen. Sebagai langkah pertama untuk mendapatkan kembali kepercayaan pelanggan, memang sangat penting untuk memberikan pemahaman mengenai masalah ini. Setelah itu, Samsung melakukan recall dan mengeluarkan unit pengganti dengan desain baterai baru; namun, baterai itu masih bermasalah.



Gambar 6. Materi Inovasi

Narasumber menjabarkan berbagai inovasi yang dilakukan Samsung untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis setelah masalah yang mereka hadapi yang ditunjukkan pada Gambar 6. Materi ini sangat penting untuk dapat memberikan pemahaman, wawasan, serta ilmu pengetahuan kepada peserta tentang bagaimana merumuskan strategi untuk keluar dari permasalahan yang di hadapi perusahaan sekaligus bertumbuh menjadi perusahaan yang lebih kuat. Samsung menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan langsung bergerak bangkit dengan berbagai strategi seperti merilis produk baru sebagai perbaikan produk yang bermasalah, melakukan investasi yang tepat, meningkatkan kualitas pelayanan, dan belajar dari kesalahan dengan fokus pada bisnis yang berkelanjutan.

Acara seminar ini terbukti mampu mentransfer ilmu pengetahuan kepada peserta. Hal ini dibuktikan dengan hasil dokumen *Post-Test* yang berbeda dengan dokumen *Pre-Test* yang di bagikan sebelum acara dimulai. Dokumen *Pre-Test* menunjukkan mayoritas peserta yang masih tidak mengetahui bagaimana strategi tepat untuk keluar dari permasalahan perusahaan, sedangkan dokumen *Post-Test* yang di bagikan setelah acara selesai menunjukkan mayoritas peserta merasa memiliki wawasan dan ilmu pengetahuan lebih setelah mengikuti acara seminar. Panitia juga membuka sesi tanya jawab kepada peserta yang masih memiliki pertanyaan seputar materi seminar.

KESIMPULAN

Acara seminar ini dilaksanakan untuk memberikan solusi bagi permasalahan mitra mengenai kurangnya wawasan tentang strategi bertahan menghadapi permasalahan perusahaan. Narasumber mengangkat studi kasus tentang Galaxy Note 7 yang sempat viral pada tahun 2016. Kasus batrai terbakar Galaxy Note 7 banyak bermunculan di berbagai negara setelah resmi dirilis. Narasumber menjabarkan berbagai strategi yang dilakukan Samsung untuk dapat *survive* dari masalah yang mereka alami. Hal yang menjadi garis besar dan perlu di contoh dalam

pemaparan narasumber adalah cepatnya respon Samsung dalam menghadapi masalah. Acara seminar ini terbukti mampu mentransfer ilmu pengetahuan kepada peserta. Hal ini dibuktikan dengan hasil dokumen *Post-Test* yang berbeda dengan dokumen *Pre-Test* yang di bagikan sebelum acara dimulai. Dokumen *Pre-Test* menunjukkan mayoritas peserta yang masih tidak mengetahui bagaimana strategi tepat untuk keluar dari permasalahan perusahaan, sedangkan dokumen *Post-Test* yang di bagikan setelah acara selesai menunjukkan mayoritas peserta merasa memiliki wawasan dan ilmu pengetahuan lebih setelah mengikuti acara seminar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Program Studi Manajemen Universitas Bumigora yang telah membantu dalam pelaksanaan acara ini dan kepada Universitas Bumigora yang telah memfasilitasi terselenggaranya acara ini.

REFERENSI

- Abdullah, C. P. E. P., Azhari, H., Jati, L. J., & Anggara, B. (2024). Improving Physical Fitness Through Sports Training And Forming A Healthy Food Business For Financial. *Inovasi Pembangunan Jurnal Kelitbangan (JIP)*, 12(3), 1–7. <http://journalbalitbangdalampong.org/>
- Agung. (2024). Pentingnya Menjaga Citra Perusahaan The Importance Of Maintaining The Company's Image. *LANDMARK: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 37–42.
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Jati, L. J., Sulastri, S., Talidobel, S., & Assa'ady, M. C. U. (2024). Pengembangan Bisnis Dengan Pembuatan BMC Berdasarkan Analisis SWOT Dan Pemasaran Berbasis Teknologi UMKM Pisang Coklat. *JUAN: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 1(4), 8-15.
- Jayanti, N. N. S. D., Faerrosa, L., & Jati, L. J. (2024). Pengaruh Relationship Marketing, Experiential Marketing dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pengguna Kurir Joki di Kota Mataram. *ECONOMIST: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(4), 24-31.
- Mulawarman, L., Jati, L. J., Assa'ady, M. C. U., Anggara, B., & Sulastri, S. (2024). Pendampingan dan Evaluasi Kegiatan Wirausaha Mahasiswa Pada Event ARRC Mandalika 2024. *JUAN: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 1(4), 56-61.
- Taufik, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 204–220. <https://doi.org/10.21009/japa.0102.05>
- Yanto, R. T. Y., & Anggraini, S. D. (2023). Pengaruh citra perusahaan dan citra produk terhadap keputusan pembelian jasa paket pos kilat khusus pt pos indonesia (persero). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13, 65–76.