

Pemanfaatan Sistem Pemasaran Berbasis Web pada UMKM Dapur Mami Rani

Marina Elsera¹, Akbar Sidik², Liyani³, M. Wira Ramadhana⁴, Khairil Ashar⁵,
Cut Sarah Salsabila⁶, Ronaldo⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Teknik & Komputer, Sistem Informasi, UnHar Medan, Medan, Indonesia
e-mail: ¹marina.sikumbang86.stth@gmail.com, ²akbarmedan42@gmail.com,
³liyani835@gmail.com, ⁴wirazhurame@gmail.com, ⁵khairilashar22@gmail.com,
⁶cutsarhsalsabila11@gmail.com, ⁷ronaldo.050201@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat menuntut kita untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Contohnya penggunaan Smartphone. Dengan adanya Smartphone, kita jadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi dan juga mendekatkan kita kepada orang yang lokasinya jauh dari kita. Dalam dunia bisnis, penggunaan teknologi Smartphone ini begitu penting karena kita bisa melihat hal-hal menarik yang ingin kita beli melalui, Sosial Media ataupun Digital Marketing lainnya. Permasalahan dalam kegiatan ini adalah bagaimana cara melakukan strategi pemasaran untuk mempertahankan Usaha Dapur Mama Rani dalam hal memasarkan produknya pada masa pandemi. Tujuan dilakukannya program kegiatan ini adalah untuk memasarkan produk dari Dapur Mama Rani secara luas. Penggunaan metode kualitatif yaitu menguraikan data yang dikumpulkan dan dianalisis, subjek penelitian adalah strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen dengan objek penelitian kegiatan yaitu UMKM Dapur Mama Rani. Sumber data berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan pemasaran produk. Analisis yang digunakan adalah kualitatif dengan mengumpulkan data-data terkait yang digunakan dengan memasukkan data kedalam Website yang telah dibuat.

Hasil yang kami peroleh adalah Pada website ini dibagian halaman beranda juga ditampilkan kumpulan produk-produk yang dijual juga harganya. Dan juga kolom pencarian apabila kita ingin langsung menemukan produk yang kita cari. Apabila kita mengklik salah satu produk, akan muncul deskripsi dan varian dari produk yang dijual tersebut. Karena melihat dari banyaknya orang di era sekarang mencari informasi melalui Gadget mereka, membuat strategi pemasaran dengan cara ini lebih efisien. Pembuatan Website yang kami lakukan adalah bertujuan untuk memperluas strategi pemasaran pada mitra kami. Saran kami pada Website yang telah kami buat adalah, adanya sistem Check-out, yang mana Pembeli(Customer) dapat membeli langsung melalui Website tersebut.

Kata Kunci :Teknologi, UMKM, Social Media Marketing, Digital Marketing, Website

1. PENDAHULUAN

Penggunaan Smartphone dalam kehidupan sehari-hari menjadikan kita lebih mudah untuk mendapatkan informasi yang sebelumnya mungkin kita sulit untuk mendapatkannya. Dengan adanya Smartphone pula mendekatkan kita kepada orang yang lokasinya jauh dari kita. Dalam dunia bisnis, penggunaan teknologi Smartphone ini begitu penting karena dengan menggunakan Smartphone juga kita bisa melihat hal-hal menarik yang ingin kita beli melalui, Sosial Media atau pun Digital Marketing lainnya.

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya mengacu pada penggunaan teknologi berbasis web dan seluler untuk mengubah suatu komunikasi menjadi dialog interaktif dan perkembangan media sosial ini semakin pesat dan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan kebutuhan pada suatu informasi (Nurvita & Basit, 2020). Dan Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati

oleh kalangan masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Dengan menggunakan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia (Ratna, 2019). Lima faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen berbelanja secara online : Faktor Pertama: Kemudahan konsumen dalam bertransaksi, Faktor Kedua : potongan harga, Faktor Ketiga : Kejelasan informasi, Faktor Keempat: Keunggulan produk, Faktor Kelima : keunggulan pelayanan (Purwanti, Irawan, & sriono, 2017).

Kemudahan dalam berkomunikasi dan transaksi menjadi andalan dari digital marketing untuk diakses ke seluruh dunia setiap waktu/real time yang membantu seseorang untuk melihat serta memudahkan untuk mendapatkan suatu informasi yang berkaitan dengan suatu produk yang ada di internet sehingga memberikan kemudahan kepada konsumen dalam memesan dan membandingkan antara suatu produk (Trio & Arisandi, 2018).

Permasalahan dalam kegiatan yang kami jalani adalah bagaimana cara melakukan strategi pemasaran yang dapat mempertahankan Usaha Dapur Mama Rani ini dalam memasarkan produknya pada masa pandemi yang sedang terjadi.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan di jalan Krakatau Medan ini bertujuan dilakukannya untuk memasarkan produk dari Dapur Mama Rani secara luas yang menjadikan produk mitra kami yaitu Dapur Mama Rani lebih dikenal oleh banyak pengguna internet. Digital Marketing yang kami pilih adalah pembuatan Website. Website adalah sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan suatu informasi berupa teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan atau gabungan dari semuanya, baik bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaring-jaringan halaman (Ahmadar, Perwito, & Taufik, 2021).

kesulitan yang dialami oleh UMKM selama pandemi COVID-19 itu terbagi dalam empat masalah :

1. Terjadi penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat di luar sebagai pelaku konsumen.
2. Kesulitan dalam permodalan karena perputaran modal yang sulit sehubungan tingkat penjualan yang menurun.
3. Adanya hambatan distribusi produk karena adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu.
4. adanya kesulitan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain (Sugiri, 2020).

2. METODE PENGABDIAN

Pada kegiatan program ini, metode pelaksanaan yang kami gunakan adalah metode kualitatif, yaitu menguraikan data yang dikumpulkan dan dianalisis. Subjek yang menjadi penelitian kami adalah strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen. Sumber data kami adalah yang dikumpulkan dalam hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan pemasaran produk.

Tahapan metode pelaksanaan kegiatan yang kami lakukan adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara yang kami lakukan adalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan seputar usaha UMKM Dapur Mama Rani kepada pemiliknya yaitu Ibu Rani sendiri.

b. Observasi dan Dokumentasi

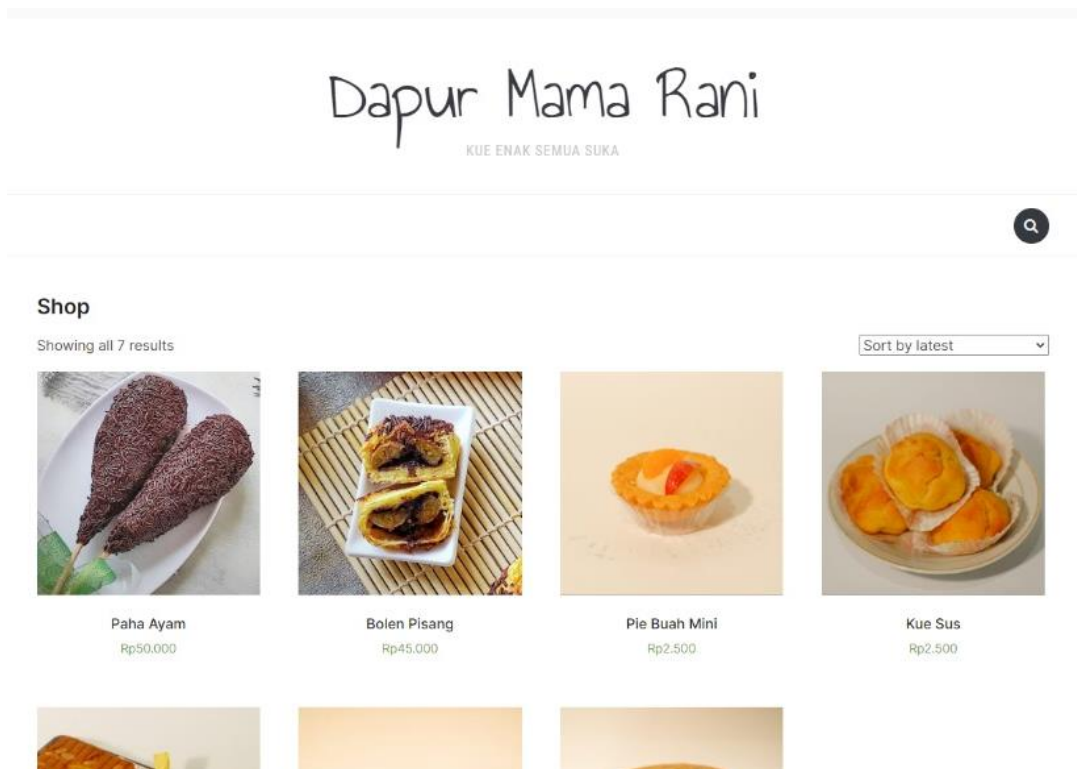
Observasi pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek, dan dokumentasi yang dilakukan adalah mengumpulkan media foto dan catatan sebagai data yang nantinya akan kami masukkan.

Analisis yang kami gunakan adalah kualitatif yang mana dengan mengumpulkan data yang bermanfaat yang nantinya akan memberikan gambaran untuk kegiatan kami. Data-data

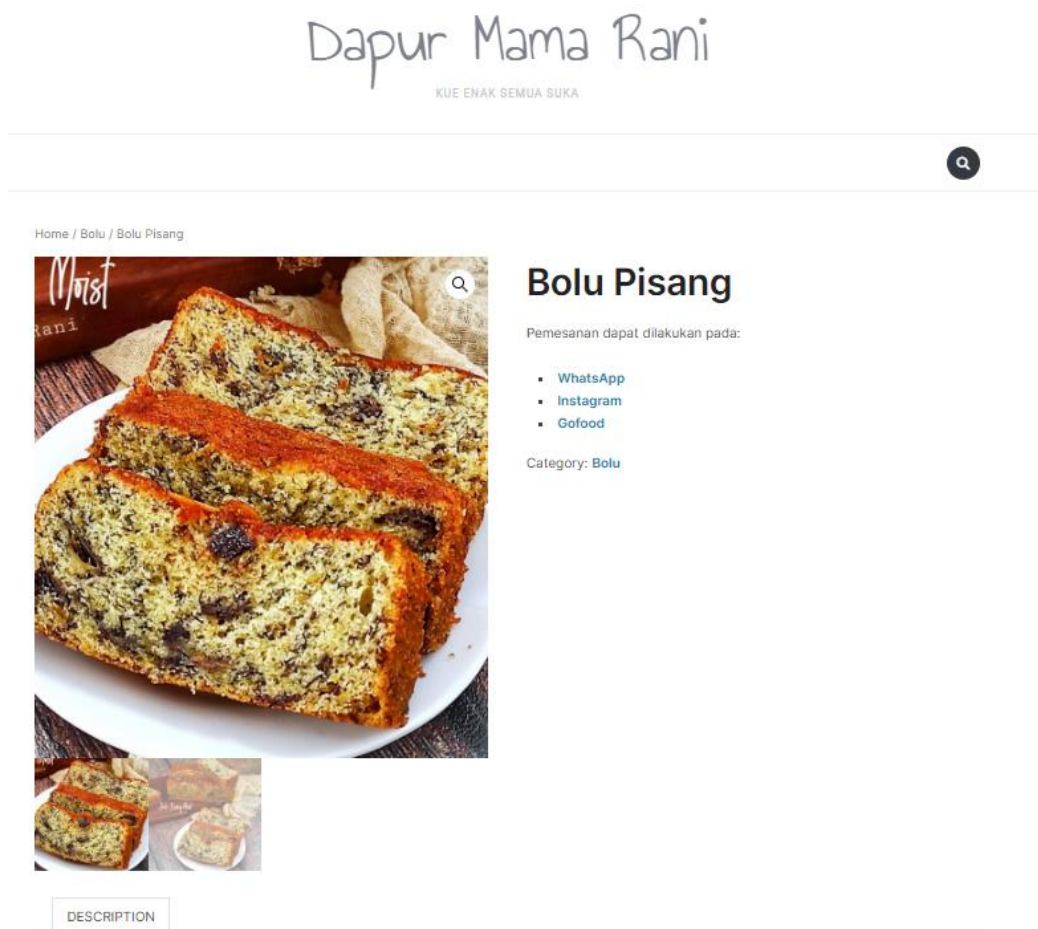
yang terkumpul tadi yang akan kami gunakan dan kami masukkan kedalam Website yang kami buat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang kami peroleh adalah kami mendesain website tersebut dengan tema kuliner, yang mana pada website tersebut berisi produk-produk yang dijual. Tampilan website tersebut di desain sederhana agar memudahkan user dalam menggunakan website tersebut . Pada website tersebut juga, user dapat memilih produk yang mereka inginkan. Terdapat juga kolom sortir dimana user dapat melihat produk apa saja yang sedang diminati. User juga dapat melakukan pencarian produk melalui tombol pencarian sehingga tidak perlu melakukan pencarian secara satu per satu. Terdapat juga deskripsi produk pada halaman produk.



Gambar 1. Tampilan beranda website



Gambar 2. Halaman produk

Kami juga melakukan pelatihan kepada pemilik Dapur Mama Rani untuk mengakses halaman admin pada website yang nantinya digunakan untuk menambah atau mengurangi isi konten dari website. Pada pelatihan yang kami lakukan, kami juga mengajarkan bagaimana cara memperpanjang masa hosting dan maintenance website tersebut.



Gambar 3. Dokumentasi Pelatihan kepada Pemilik Dapur Mama Rani



Gambar 4. Penyerahan Cenderamata Kepada Pimpinan Mitra



Gambar 5. Foto Bersama Dosen dan Mahasiswa/i PKIM

4. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat kami ambil dalam kegiatan website ini :

1. Sehingga website tersebut berjalan sesuai dengan yang diinginkan.
2. Dengan adanya website ini, memudahkan Dapur Mama Rani dalam melakukan pemasaran produknya.
3. Mempermudah customer Dapur Mama Rani dalam memesan produk yang di inginkan jika dalam waktu mendesak, karena dapat dilakukan pemesanan secara online melalui website dapur mama rani.
4. Dan dengan adanya website ini, proses pelayanan dan kinerja terhadap penjualan semakin meningkat.

5. SARAN

Saran yang dapat kami berikan untuk pengembangan website ini :

1. Adanya sistem Check-out, yang mana Pembeli (Customer) dapat membeli langsung melalui Website tersebut. Dikarenakan untuk sekarang, sistem pemesanan yang kami buat adalah melalui Link Sosial Media Instagram dan juga Link Direct Message Whatsapp.
2. Adanya sistem like, comment dan share pada halaman produk. sehingga user dapat memberikan komentar terhadap produk tersebut dan membagikan produk tersebut ke sosial media mereka.
3. contact person dan sosial media ditampilkan pada bagian bawah halaman beranda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Jurnal ini disusun sebagai salah satu penilaian dari seluruh program Proyek Kreativitas Internal Mahasiswa Universitas Harapan Medan dengan tujuan untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat. Kami berharap semoga seluruh program PKIM yang telah berjalan dapat bermanfaat bagi kedua belah pihak.

Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan Proyek Kreativitas Internal Mahasiswa (PKIM) dan penyusunan jurnal ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan baik materi maupun non materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu perkenankanlah kami mengucapkan terimakasih kepada :

- a) Allah SWT yang selalu ada dalam setiap langkah, akal, pikiran dan segala kemudahan yang telah diberikan kepada kami dalam menyelesaikan program PKIM ini.
- b) Orang tua kami yang tidak putus dalam mendoakan anak-anaknya dalam menyelesaikan program PKIM ini.
- c) Dosen Pembimbing PKIM atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadar, M., Perwito, & Taufik, C. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Rahayu Photo Copy Dengan Database MySQL. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* , Vol. 10 (No. 4), pp 284-289.
- Nurvita, D. S., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *Communication Journal* , Vol. 3 (No. 1), pp 23-36.
- Purwanti, N., Irawan, B., & sriono. (2017). Eksplorasi Faktor-Faktor Online Marketing Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Belanja Online Pada Naufal Bag Collection. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akutansi* , Vol. 4 (No. 1), pp 84-87.
- Ratna, R. G. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen* , Vol. 10 (No. 1), pp 9-14.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* , Vol. 19 (No. 1), pp 76-86.
- Trio, M. F., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara* , Vol. 1 (No. 2), pp 62-76.