Pembuatan Aplikasi Website E-Commerce Sebagai Strategi Pengembangan Pemasaran pada UMKM Thunderbolt Yogyakarta

Tituk Utari*, Susilawati, Sintar Nababan

Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta

*tituk.utari@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu usaha mikro kecil menengah (UMKM) Thunderbolt dalam membuat strategi pengembangan pemasaran produk melalui *digital marketing* di tengah pandemi Covid-19 berupa pembuatan *website e-commerce*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diadakan di UMKM Thunderbolt di Yogyakarta. Pesertanya adalah pegawai dan pemilik dari UMKM Thunderbolt. Metode yang digunakan oleh penulis diawali dengan melakukan wawancara, *survey* bisnis proses, identifikasi keunikan dari UMKM tersebut untuk dijadikan *taglines*, mencari konten-konten yang tepat seperti gambar dan video untuk menguatkan *branding*, mengerjakan *website*, mengenalkan *website*, dan memberikan ide-ide tambahan untuk mempercantik website yang akan mereka kelola secara mandiri. Hasil yang diperoleh adalah terwujudnya *platform digital marketing* berupa *website e-commerce* yang diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan pada UMKM dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19.

Kata Kunci: *UMKM, website e-commerce, mengembangkan pemasaran*

Making E-Commerce Website Application as A Marketing Development Strategy for UMKM Thunderbolt Yogyakarta

Abstract

This community service activity aims to help Thunderbolt Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in developing product marketing strategies through digital marketing in the midst of the Covid-19 pandemic in the form of creating an e-commerce website. This community service activity was held at the Thunderbolt in Yogyakarta. The participants are employees and owners of Thunderbolt. The method used by the author begins with conducting interviews, surveys of the business process, the uniqueness of the MSMEs to be used as a tagline, looking for the right content such as images and videos to strengthen branding, working on the website, introducing the website, and providing ideas. additional to beautify the website that they will manage independently. The result obtained is the realization of an e-commerce website digital marketing platform which is expected to increase sales to UMKM in maintaining and assisting in the midst of the Covid-19 pandemic.

Keywords: *UMKM, e-commerce website, develop marketing*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2021 kondisi pandemi virus covid-19 di dunia dan juga di Indonesia masih belum mengalami penurunan. Sektor kesehatan dan sektor ekonomi baik global maupun domestik banyak yang terdampak sejak Covid-19 ditetapkan sebagai pandemi. Pemerintah terus berjuang untuk dapat mengatasi dan memberikan solusi terutama di bidang kesehatan dan ekonomi agar tetap dapat bertahan di situasi pandemi.

Usaha Mikro, Kecil, dan menengah (UMKM) yang merupakan pilar penting dalam perekonomian bangsa Indonesia mendapatkan dampak buruk yang paling besar. UMKM di Indonesia berjumlah 64,19 juta dengan komposisi 99,92% didominasi oleh usaha mikro dan kecil yang berjumlah 64,13 juta. Pada masa pandemi saat ini mayoritas UMKM

sebanyak 82,9% mengalami jumlah penurunan penjualan yang drastis akibat dari dampak pandemi tersebut. Hanya sejumlah 5,9% UMKM yang dapat bertahan dan memperoleh pertumbuhan positif (Katadata Insight Center, 2020).

Dampak buruk semakin dirasakan oleh UMKM dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang mempengaruhi pemasaran pada dunia usaha. Hal ini mempengaruhi tren pemasaran yang beralih dengan cepat menggunakan sistem pemasaran digital dengan lambat laun meninggalkan pemasaran dengan sistem konvensional (Purwana, 2021).

Berdasarkan dari permasalahan di atas maka perlu adanya solusi untuk dapat membantu UMKM agar dapat menekan dampak pandemi dan dapat segera bangkit kembali. Solusi dan pemberdayaan UMKM perlu dilakukan untuk menambah nilai jual, mengingat tenaga kerja terbesar diserap oleh UMKM yang merupakan sektor penting bagi perekonomian di Indonesia (Sudaryanto, 2011). Adaptasi teknologi digital merupakan suatu keharusan agar UMKM dapat bertahan dan mengembangkan usahanya. Pemanfaatan teknologi digital berupa *website e-commerce* adalah upaya agar dapat beradaptasi dengan perilaku konsumen yang saat ini cenderung lebih memilih berbelanja secara *online* (Chaffey, 2012).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diadakan pada UMKM Thunderbolt di Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Thunderbolt adalah belum memiliki *website e-commerce* sebagai pengembangan strategi pemasaran secara *online*. Masalah lain yang dihadapi UMKM Thunderbolt adalah mengenai biaya pembuatan *website* yang tinggi. Hal ini mempengaruhi keputusan untuk memiliki *website e-commerce* dikarenakan pendapatan mereka yang mengalami penurunan yang sangat drastis di masa pandemi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi kepada UMKM Thunderbolt dalam membuat strategi pengembangan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi *digital marketing* berupa pembuatan *website e-commerce*. Dengan pembuatan *website e-commerce* diharapkan UMKM Thunderbolt dapat mempertahankan usahanya di masa pandemi dan dapat meningkatkan volume penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan oleh penulis diawali dengan melakukan wawancara, survei bisnis proses, identifikasi keunikan dari UMKM tersebut untuk dijadikan *taglines*, mencari konten-konten yang tepat seperti gambar dan video untuk menguatkan *branding*, mengerjakan *website*, mengenalkan *website*, dan memberikan ide-ide tambahan untuk mempercantik *website* yang akan mereka kelola secara mandiri.

Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM yang terdampak Covid-19 pada usahanya. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan solusi pada UMKM dalam beradaptasi dengan teknologi pemasaran saat ini. Implementasi *digital marketing* diharapkan dapat membantu meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan keuntungan sehingga UMKM dapat bertahan dan berkembang di masa pandemi Covid-19.

KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

Our focus:
Social Service

Our Scope:
Humanities,
Education,
Management,
History,
Economics,
Linguistics,
Literature,
Religion,
Politics,
Sociology,
Anthropology,
and other social service works.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan website *e-commerce* pada UMKM Thunderbolt ditujukan sebagai media promosi dan dirancang dengan menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress. Hal ini dikarenakan cms wordpress memiliki keunggulan *software* antarmuka yang sangat *intuitif* dan *user friendly* bagi pengguna pemula, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengelola *website*. Wordpress juga memiliki sifat *open source* sehingga dapat digunakan secara tidak berbayar, serta memiliki fitur yang diperlukan oleh pengguna dengan tampilan yang kekinian. Selain itu *platform* ini juga menyediakan banyak modul tidak berbayar untuk lebih menunjang pengelolaan website *e-commerce*.

Implementasi Antarmuka untuk Admin

Halaman antarmuka untuk admin menampilkan *file-file* untuk dapat diakses oleh bagian admin dalam mengelola *website*. Pengelolaan data master berada di halaman antarmuka untuk admin. Pada halaman ini admin dapat menampilkan data tentang sejarah dan lokasi UMKM Thunderbolt, data kategori produk, dan data produk yang dimiliki oleh UMKM *Thurderbolt*.

Sebelum masuk ke halaman utama *wordpress* admin harus melalui halaman *login* admin dengan mengetik *username* dan *password* pada kolom yang disediakan. Admin akan dapat masuk ke halaman utama wordpress jika proses *login* yang dilakukan berhasil. Apabila proses *login* tidak berhasil maka admin dapat mengikuti petunjuk yang disediakan agar dapat mengulang proses *login* sesuai yang disyaratkan.

Tampilan utama WordPress admin berfungsi untuk atau yang biasa disebut *dashboard* memuat informasi penting dan status *website*.

Gambar 1. Halaman Utama Admin

Laman atau *pages* merupakan fitur dasar dan bawaan WordPress untuk mempermudah mengelola konten *website* berdasarkan kegunaannya. Laman memberikan informasi penting dengan menampilkan daftar pos-pos yang akan digunakan pada *website*. Fitur laman bersifat statis dan berfungsi untuk mengatur laman-laman yang telah dibuat pada *website*, dapat juga digunakan

untuk menambah atau mengurangi laman sesuai kebutuhan pengelola. Tampilan halaman pengaturan laman dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 2. Halaman Pengaturan Laman (Pages)

Halaman pengaturan umum yang merupakan konfigurasi dasar pada *website* digunakan untuk memudahkan pengelola *website* dalam mengatur ikon, judul situs, slogan atau *tagline* dan lain-lain yang bersifat umum. Pengaturan ulang dapat dilakukan pada halaman pengaturan umum walaupun sudah dilakukan pengaturan umum pada saat instalasi WordPress. Gambar di bawah ini adalah tampilan halaman pengaturan umum.

Gambar 3. Halaman Pengaturan Umum

Implementasi Antar Muka untuk User

Halaman antar muka untuk *user* adalah tampilan depan pada *website* yang harus didesain sedemikian rupa agar para pengunjung dan calon pembeli tertarik untuk mengunjungi *website* yang telah dibuat. Halaman depan menampilkan

KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

Our focus:
Social Service

Our Scope:
Humanities,
Education,
Management,
History,
Economics,
Linguistics,
Literature,
Religion,
Politics,
Sociology,
Anthropology,
and other social service works.

Vol. 2, No. 3,
November
2021,
pp. 334-340

e-ISSN:

2722-2004

Making E-
Commerce Website
Application
as A Marketing
Development
Strategy for
UMKM
Thunderbolt
Yogyakarta

Tituk Utari,
Susilawati,
Sintar Nababan

informasi dan konten seputar UMKM Thunderbolt seperti informasi tentang produk, berita, dokumentasi, fasilitas menghubungi penjual secara langsung, dan berita terkini. Di bawah ini adalah tampilan depan *website* Thunderbolt bagi pengunjung.

Gambar 4. Tampilan depan *website* untuk user

Gambar 5. Tampilan depan *website* untuk user

Halaman *contact* menampilkan alamat dari UMKM Thunderbolt. Pada halaman ini pembeli bisa langsung menghubungi penjual dan akan terhubung langsung dengan *email* atau *whatsapp* dari penjual.

Gambar 6. Halaman *contact*

Pembuatan aplikasi *website e-commerce* sesuai dengan yang diinginkan oleh pemilik dan pegawai dari UMKM Thunderbolt. Antusiasme terlihat dari keaktifan pemilik dan pegawai dalam berdiskusi dan berlatih mengelola *website* tersebut. Semakin banyak berpartisipasi aktif dan antusias berlatih untuk menguasai suatu keahlian maka akan semakin banyak pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, karena banyaknya informasi yang diperoleh dan dipraktikkan secara langsung (Sardi, 2019). Penerapan teknologi internet yang telah dilakukan pada suatu usaha diharapkan dapat menunjang pemasaran produk-produk, meningkatkan penjualan, dan membantu pengembangan usaha (Harto, 2019).

PENUTUP

Platform digital marketing berupa *website e-commerce* untuk UMKM Thunderbolt telah berhasil dibangun sebagai strategi pengembangan pemasaran produk agar dapat mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Hal ini penting karena kondisi saat ini membuat konsumen lebih memilih berbelanja melalui *online* dalam memenuhi kebutuhan mereka.

UMKM Thunderbolt di Yogyakarta menunjukkan sikap antusias dengan harapan agar lebih berkembang menjadi UMKM yang dapat menerapkan *digital marketing* berupa *website* sebagai strategi dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui teknologi informasi di tengah pandemi Covid 19.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D & Ellis, F. (2012). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. English: Pearson Education Limited.
- Katadata Insight Center. (2020). *Digitalisasi, Strategi UMKM Selamat dari Krisis*. Katadata: <https://katadata.co.id/0/analisisdata/5f03cf11e0198/digitalisasi-strategi-umkm-selamat-dari-krisis>
- Harto, D, dkk (2019). Penerapan Internet Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan pada UMKM. Jakarta: *JPPM*. 3(1). ISSN: 2580-4332.

KANGMAS is a journal published by Neoelectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

Our focus:
Social Service

Our Scope:
Humanities,
Education,
Management,
History,
Economics,
Linguistics,
Literature,
Religion,
Politics,
Sociology,
Anthropology,
and other social service works.

Vol. 2, No. 3,
November
2021,
pp. 334-340

e-ISSN:

2722-2004

**Making E-
Commerce Website
Application
as A Marketing
Development
Strategy for
UMKM
Thunderbolt
Yogyakarta**

Tituk Utari,
Susilawati,
Sintar Nababan

- Purwana, D, dkk. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jakarta: *JPPM*. 1(1). ISSN: 2580-4332.
- Sardi, J., & Pulungan, A.B. (2019). Pelatihan Reparasi dan Perawatan Alat Listrik Rumah Tangga untuk Pemuda Pesisir. Jakarta: *JPPM*. 3(1). ISSN: 2580-4332.
- Sudaryanto. (2011). *The Need for ITC Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income: Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness*. Jember: JEDICT, 7(1).
- .