

Implementasi Website untuk Media Pemasaran *Online* dan Perbaikan Kemasan Produk

Ni Komang Sri Julyantari*¹, I Gst Agung Vony Purnama², I Gusti Ngurah Nyoman Bagiarta³,
Pande Putu Gede Putra Pertama⁴, Made Liandana⁵

^{1,4}Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) STIKOM Bali

^{2,3}Program Studi Sistem Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) STIKOM Bali

⁵Program Studi Teknologi Informasi Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) STIKOM Bali

*e-mail: tari@stikom-bali.ac.id¹, vony@stikom-bali.ac.id², bagiarta@stikom-bali.ac.id³, putrapertama@stikom-bali.ac.id⁴,
liandana@stikom-bali.ac.id

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
20.04.2021	13.05.2021	19.05.2021	29.05.2021

Abstract: *In the era of information technology, online marketing facilities are needed which aims to market products to a wide range, this will also help UD Yadnya Wijaya Asri to market its merchandise throughout the region, not only Denpasar and its surroundings. To support good marketing, it is necessary to have attractive packaging and increase the selling power. Based on the results of interviews with SME partners, there are 2 main problems, namely marketing that still uses conventional methods. In addition, it does not have packaging that contains the SME label. The solutions that will be provided are the provision of packaging labeling, labeling training, making internet marketing, namely a website. Providing assistance to SMEs aims to increase the production of UD Yadnya Wijaya Asri, with labeling that can provide a high selling value, as well as online marketing through a marketing website, so as to provide an increase in consumers who order offerings or offerings for ceremonies.*

Keywords: *UD Yadnya Wijaya Asri, packaging, website*

Abstrak: Di Jaman era teknologi informasi sangatlah diperlukan sarana pemasaran secara online yang bertujuan untuk memasarkan produk-produk ke jangkauan yang luas, hal ini juga membantu UD Yadnya Wijaya Asri nantinya memasarkan produk dagangannya ke seluruh daerah, tidak hanya daerah Denpasar dan sekitarnya. Untuk menunjang pemasaran yang baik diperlukan adanya kemasan yang menarik dan membuat daya jual semakin tinggi. Berdasarkan hasil wawancara kepada mitra UKM bahwa ada 2 masalah utama yakni pemasaran yang masih menggunakan cara konvensional. Selain itu tidak memiliki kemasan (*packaging*) yang berisikan label UKM. Solusi yang akan diberikan adalah pemberian labelling kemasan, pelatihan labelling, pembuatan internet marketing yakni *website*. Pemberian bantuan kepada UKM bertujuan untuk meningkatkan produksi UD Yadnya Wijaya Asri, dengan labelling yang dapat memberikan nilai jual yang tinggi, serta pemasaran yang dilakukan secara online melalui *website* pemasaran, sehingga dapat memberikan peningkatan konsumen yang melakukan pemesanan banten ataupun perlengkapan banten untuk upacara

Kata kunci: *UD Yadnya Wijaya Asri, packaging, website*

1. PENDAHULUAN

Di Bali selain kebutuhan pangan, sandang, papan terdapat juga kebutuhan pokok lain yang tak kalah pentingnya. Kebutuhan itu adalah kebutuhan spiritual untuk agama Hindu. Kebutuhan spiritual tersebut meliputi sesajen dan sarana upacara umat Hindu di Bali. Sehingga membuka peluang bagi pelaku – pelaku usaha di Bali untuk membuat perusahaan yang melayani penjualan kebutuhan spiritual. Atas dasar peluang tersebut maka terbentuklah usaha yang bernama UD. Yadnya Wijaya Asri yang bergerak di bidang penjualan sarana upacara dengan harapan dapat membantu memenuhi kebutuhan pokok spiritual bagi umat Hindu di Bali.

UD. Yadnya Wijaya Asri merupakan sebuah perusahaan bergerak di bidang penjualan alat-alat upacara yang di perlukan untuk membuat sarana upacara atau banten. Selain menjual alat-alat upacara UD. Yadnya Wijaya Asri juga menerima pembuatan banten seperti: Banten Piodalan, Caru, Banten oton, dan lain sebagainya. Saat ini UD. Yadnya Wijaya Asri sudah berjalan cukup lancar dari penjualan alat-alat upacara. Penjualan yang paling berpengaruh adalah penjualan sarana upacara yang di kirim langsung ketempat tujuan oleh pihak UD. Yadnya Wijaya Asri sendiri. Saat ini UD. Yadnya Wijaya Asri di kelola oleh perseorangan.

Di Jaman era teknologi informasi sangatlah diperlukan sarana pemasaran secara online yang bertujuan untuk memasarkan produk-produk ke jangkauan yang luas, hal ini juga membantu UD

Yadnya Wijaya Asri nantinya memasarkan produk dagangannya ke seluruh daerah, tidak hanya daerah Denpasar dan sekitarnya. Untuk menunjang pemasaran yang baik diperlukan adanya kemasan atau labeling yang menarik dan membuat daya jual semakin tinggi. Kemasan yang berisikan label usaha dari UD Yadnya Wijaya Asri ini nantinya akan memberikan nilai tambah dan daya Tarik jual yang cukup tinggi. Gambar 1 merupakan produk yang di jual oleh UD Yadnya Wijaya Asri.



Gambar 1. Produk Banten dari UD Yadnya Wijaya Asri

Berdasarkan hasil wawancara kepada mitra UKM bahwa ada 2 masalah utama yakni pemasaran yang masih menggunakan cara konvensional yaitu door to door, pemesanan dari kerabat dekat, dan beberapa produk yang ditiptkan di warung-warung kecil. Selain itu tidak memiliki kemasan (*packaging*) yang berisikan label UKM. Tabel 1 adalah profil dari UKM Mitra

Tabel 1. Profil UKM Mitra

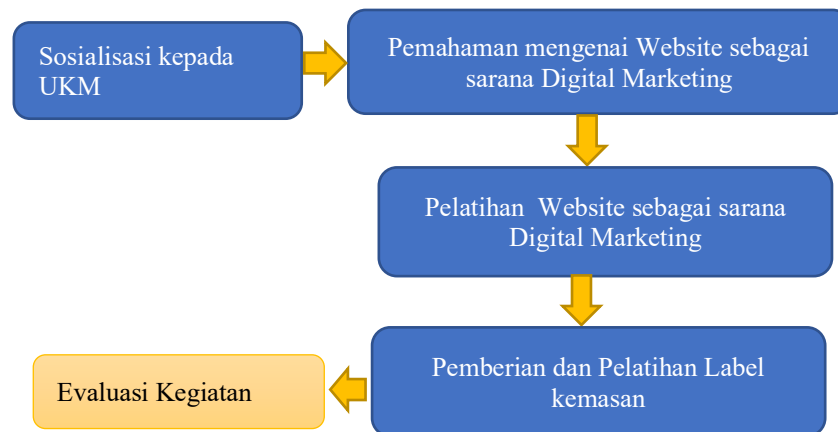
No	Uraian	Mitra I Putu Gede Semadi*	Keterangan
1	Mulai Usaha	Tahun 2016	
2	Hasil Produksi	Peralatan dan perlengkapan banten	
3	Pendapatan rata – rata perbulan	± Rp. 2.000.000	Tergantung pemesanan konsumen.
4	Jumlah Pekerja selain mitra	2 orang karyawan	Dan dibantu oleh keluarga
7	Kemasan Produk	Tidak ada kemasan dan tidak ada label kemasan	
8	Pemasaran Produk	Door to door , melalui pemesanan kerabat dekat, menitipkan ke warung-warung dekat	

Permasalahan Mitra

1. Kemasan produk yang masih sangat sederhana menggunakan box kertas maupun box plastik tanpa adanya label sebagai identitas mitra sehingga dapat mengurangi daya tarik pembeli.
2. Kurangnya pengetahuan mitra dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran produk dimana pemasaran produk saat ini dilakukan secara sederhana yaitu *door to door* ataupun pemesanan yang hanya dilakukan oleh kerabat dekat saja
3. Manajemen keuangan pada mitra masih sangat sederhana dan manual, dimana manajemen keuangan tidak berdasarkan aturan atau teori – teori manajemen serta pencatatan *inventory* dilakukan dengan menulis pada sebuah buku dengan dukungan nota – nota pembelian dan penjualan

2. METODE

1. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat
 Dimulai dari memberikan sosialisasi terhadap UKM mengenai program pengabdian masyarakat yang dilakukan, jenis bantuan yang diberikan dan tahapan-tahapan kegiatan. Untuk metode pelaksanaan dapat dilihat pada Gambar 2.



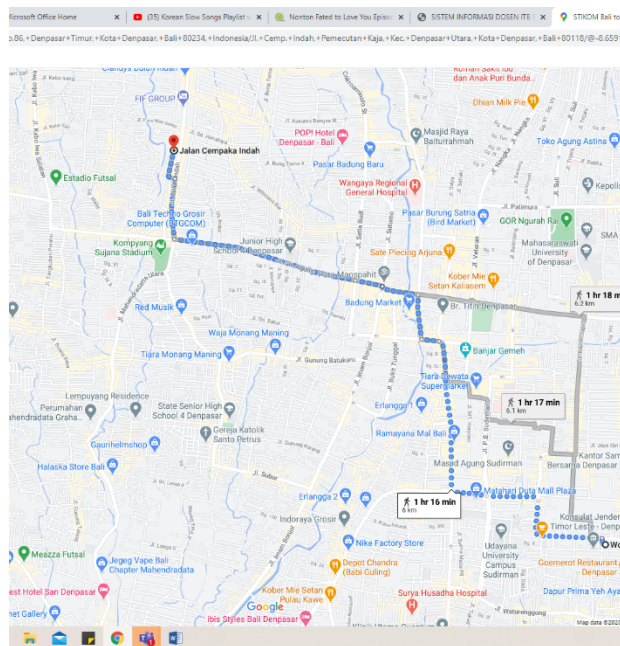
Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Dalam metode pelaksanaan yang ditunjukkan pada gambar 2, yakni dimulai dengan beberapa kegiatan yaitu :

1. Sosialisasi dilaksanakan dengan menghadirkan peserta dalam pertemuan. Peserta adalah pemilik dan tenaga kerja UD Yadnya Wijaya Asri . Pada pertemuan tersebut akan disampaikan informasi – informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Disamping menyampaikan maksud dan tujuan, juga dilakukan pencatatan data teknis.
2. Pemahaman mengenai website sebagai sarana digital marketing. Pemahaman ini diberikan kepada UD Yadnya Wijaya Asri untuk mengetahui peranan website dalam membantu pemasaran secara online dengan perkembangan teknologi yang semakin maju ini.
3. Pelatihan website. Pada tahapan pelatihan website ini diberikan kepada pemilik dan tenaga kerja pada UD Yadnya Wijaya Asri untuk penggunaan website yang telah di implementasikan oleh Tim Pengusul kepada UD Yadnya Wijaya Asri , yang nantinya dapat digunakan untuk membantu dalam pemasaran secara *online (digital marketing)*.
4. Pemberian dan Pelatihan Label Kemasan. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan kegiatan pemberian label kemasan yang berisikan profil singkat UKM. Dan melakukan pelatihan bagi UKM dalam pemasangan label kemasan
5. Evaluasi kegiatan merupakan tahap akhir yang akan dilakukan selama 8 bulan kegiatan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur pemahaman dan kemampuan mitra terhadap kegiatan tersebut. Pengukuran akan dilihat dari pemasaran yang dilihat dari kegiatan promosi menggunakan website, penjualan dilihat dari kemasan (packaging) yang menarik daya jual beli

2. Lokasi Pengabdian Masyarakat

Lokasi pengabdian terletak di Jalan Cempaka Indah, lingkungan kerthasari. Jarak antara lokasi pelaksana (ITB STIKOM Bali). Jarak untuk pengabdian masyarakat ini adalah 6 Km. Untuk lokasi dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Lokasi Pengabdian Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Website dan Pelatihan Website

Untuk kegiatan pada tahap ini adalah pemberian materi mengenai internet dan pembuatan website UKM. Pada *website* terdapat menu yang akan di tampilkan pada website tersebut yaitu : *Home, Profile, Product, Contact*. Pada menu *Home* akan berisikan sekilas *preview* dari menu yang terdapat pada website, pada menu *profile* berisikan tentang profile perusahaan sejarah dan profile dari owner UD. Yadnya Wijaya Asri, pada menu *product* menampilkan *product* yang di jual di UD. Yadnya Wijaya Asri, pada menu *Contact* berisikan contact person dari UD. Yadnya Wijaya Asri. Adapaun laman website untuk UKM ini adalah www.yadnyawijayaasri.com

Berikut beberapa screenshot dari hasil pembuatan web :

- a) Halaman yang pertama merupakan halaman pembuka dari website UD. Yadnya Wijaya Asri.pada beranda terdapat sub menu yang mengarah ke prodak dan tentang kami, gambar 4 halaman utama :



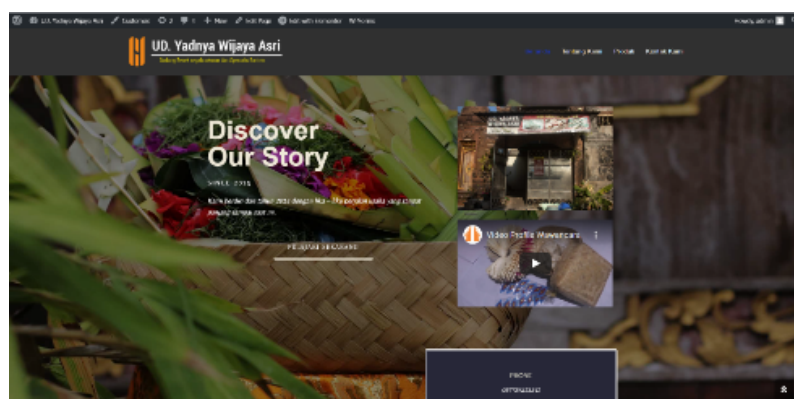
Gambar 4. Halaman Utama

- b) Pada halaman produk. Menunjukkan produk-produk yang dijual pada UKM Yadnya Wijaya Asri. Dapat dilihat pada gambar 5



Gambar 5. Halaman Produk Banten

- c) Pada halaman Discover Our Story berisikan dari video mengenai UKM Karena website yang dirancang bersifat responsive. Halaman ini dapat dilihat pada Gambar 6



Gambar 6. tampilan halaman pembuka bagian Sekilas tentang UD. Yadnya Wijaya Asri

- d) Halaman tentang kami ini berisikan tentang Ud. Yadnya Wijaya Asri dan pada halaman ini di perlihatkan *profile* dari owner UD. Yadnya Wijay Asri. Halaman ini dapat di akses dengan cara klik button tentang kami. Gambar 7 tampilan dari halaman tentang kami :

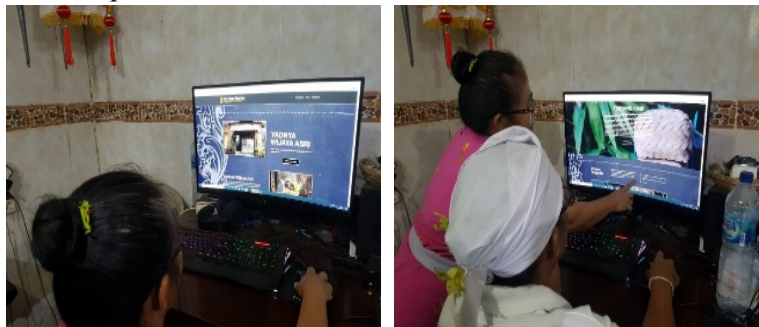


Gambar 7. Tampilan halaman Tentang kami.

2. Pelatihan Website Kepada UKM

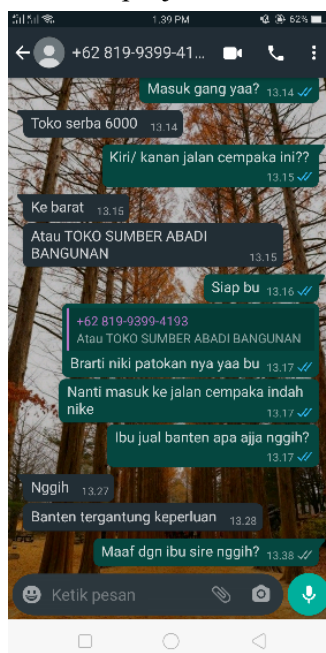
Pelatihan website www.yadnyawijayaasri.com. Untuk pelatihan penggunaan website www.yadnyawijayaasri.com diberikan kepada pemilik yakni Bapak I Putu Gede Semadi

beserta istri. Berikut adalah dokumentasi untuk pelatihan yang telah dilakukan. Untuk pelatihan website dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Pelatihan Website kepada Pemilik UKM

- a) Dengan adanya website yang berisikan mengenai UKM Yadnya Wijaya Asri, baik produk yang dijual, lokasi UKM, video tentang UKM dan kontak yang berisikan no telp. Maka memudahkan pembeli berkomunikasi kepada penjual mengenai produk dan banten yang diinginkan. Gambar 9 adalah percakapan chat antara pembeli dan penjual.



Gambar 9 Percakapan Pembeli terhadap Penjual yang mengetahui dari Website

3. Pemberian Label Kemasan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam usulan kegiatan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Pemberian packaging dan label kemasan yang berisikan profil UKM, hal ini bertujuan untuk menarik daya jual dari konsumen.
2. Pelatihan Pengemasan Produk.
Pelatihan pengemasan produk dilakukan untuk menambah pengetahuan mitra dalam pengemasan makanan sehat yaitu pengemasan dengan menggunakan box makan yang lebih baik yang nantinya akan berisikan label kemasan yang telah diberikan oleh Tim Pengabdian Masyarakat. Contoh label kemasan dapat dilihat pada gambar 10 berikut



Gambar 10. Contoh Labeling pada Kemasan Produk

1. Tahap pertama
Pada tahap pertama tim menentukan tools yang digunakan dalam pelatihan desain logo yaitu menggunakan canva.com agar mudah digunakan oleh mitra nantinya dan mudah untuk melakukan redesain logo produk. Selain itu tools ini bersifat online sehingga mitra tidak perlu menyediakan perangkat keras dengan spesifikasi tinggi.
2. Tahap kedua pelatihan
Pada tahap kedua dalam pelatihan adalah menentukan nama produk yang akan ditampilkan dalam logo, nama produk yang telah disepakati mitra adalah UD Yadnya Wijaya Asri. Nama logo ini yang akan digunakan oleh mitra memasarkan produk bolu labu.
3. Tahap ketiga pelatihan
Pada tahap ini adalah tampilan desain logo yang akan digunakan pada produksi banten. Adapun logo yang dihasilkan pada saat latihan adalah sebagai berikut



Gambar 11. Logo dari UKM Yadnya Wijaya Asri

Gambar 11 diatas merupakan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dengan menghasilkan logo dan berisi informasi tentang nama usaha dan informasi no tlp yang dapat dihubungi untuk memesan kembali.



Gambar 12. Logo Cetak

Gambar 12 adalah logo yang sudah tercetak dan siap di pasang pada produk-produk banten yang dijual oleh UKM Mitra.

4. KESIMPULAN

1. Kegiatan yang telah dilakukan adalah sosialisasi kegiatan, pemahaman tentang website, pembuatan website UD. Yadnya Wijaya Asri dan pelatihan website yang dilakukan oleh pemilik UKM
2. Adanya website pemasaran untuk UD. Yadnya Wijaya Asri, yakni www.yadnyawijayaasri.com
3. UKM Yadnya Wijaya Asri memiliki logo untuk menarik daya jual yang berisikan profil singkat UKM seperti lokasi dan nomor telp (whatsapp)
4. Pelatihan label kemasan yang diberikan oleh Tim kepada UKM Yadnya Wijaya Asri
5. Kemasan produk yang sudah memiliki label kemasan dari UKM Yadnya Wijaya Asri

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anoraga, Panji.2002.*Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*.Rineka Cipta.Jakarta
- [2] *Bali Island Map. 2013. Map Pulau Bali*. Bali Citra Satelit. www.googlemap.com
Diakses tanggal 6 Oktober 2019.
- [3] Ellworth,jill H and Methew V.Ells-Worth.2012.*Pemasaran Internet*.Terjemahan Yulianto.Grasindo.Jakarta
- [4] Lovelock Christopher, Wirtz Jochen, Mussry Jacky. 2012. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Erlangga.Jakarta
- [5] Zayyinul Hayati Zen, Satriadi, Dedi Dermawan, 2017, Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM Di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Jurnal Pengabdian untuk Mu negeRI, Vol 1, No 2, ISSN:2550-0198
- [6] Sutabri,T.2005.*Sistem Informasi Manajemen*.Andi Offset.Yogyakarta
- [7] Suyanto.M.2003.*Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi Offset.Yogyakarta
- [8] Anggiani Septima Riyadi, Eko Retnandi, Asep Deddy. Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Subsistem Guru Di Sekolah Pesantren Persatuan Islam 99 RancaBango. Jurnal Algoritma Sekolah Tinggi Teknologi Garut Vol. 09 2012. ISSN : 2302 – 7339
- [9] Dewangga Anjarkusuma P, Bambang Soepeno., 2014, Penggunaan Aplikasi CMS *Wordpress* Untuk Merancang *Website* Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang, Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis | Vol. 2, No. 1, July 2014, 63-69 , p-ISSN: 2337-7887
- [10] Dessy Putri Andini, Oktanita Jaya Anggraeni, 2016, Kemasan Sabagai Daya Tarik Produk Cemilan di Desa Curah Malang Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember, Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Dana BOPTN
- [11] I Made Ari Santosa, Dewa Ketut Hendra Puspawan, 2020, Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan PEmasaran dan Produksi Pada Nuasa Kerupuk, Madaniya, Vol 1, No 3
- [12] Elisa Susanti, 2020, Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM Di Desa Sayang Kecamatan Jatinagor, Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa, dan Masyarakat, Vol 1, No 2, ISSN : 2716-4705
- [13] Dani Anggoro, Humasar, Nofiyani, 2020, Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk di Masa Pandemi Covid -19, Jurpikat, Vol 1, No 3, e-ISSN:27460-038X
- [14] Trismayanti Dwi Puspitasari, Nanik Anita, Muhammad Iqbaal, 2016, Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Melalui Pembuatan Website E-Commerce, Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Dana BOPTN
- [15] Y Priadi Wibisono, D Yudistya Wardhana, 2020, Pembangunan dan Pelatihan Website Toko Online Untuk Mendukung PEmasaran dan Promosi UMKM Yogyakarta, Jurnal iKRAITH-ABDIMAS, Vol 3 No 3
- [16] Johni S. Pasaribu, Ardi Taryanto, 2018, Implementasi Strategi E-Marketing Berbasis Web Studi Kasus Perusahaan Katering dan Dekorasi, Jurnal E-KOMTEK, Vol 2, No 1