

E-MARKETING USAHA KUE BOLU “JIHAN” KOTA PAYAKUMBUH

Enny Arita ¹⁾, Ingra Sovita ²⁾, Faradika ³⁾ idwar ⁴⁾
^{1,2,3,4)} FEB Universitas Dharma Andalas Padang Sumatera Barat dan
Prodi Sistem Informasi UNIDHA
email : enny_arita@yahoo.com; idwar68@unidha.ac.id *)

ABSTRAK

Pemasaran Internet atau pemasaran elektronik (bahasa Inggris: Internet marketing, e-marketing, atau online-marketing) adalah segala upaya yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet. Huruf 'e' dalam e-marketing ini berarti elektronik yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik melalui jaringan Internet. Usaha ini Kue Bolu Jihan ini masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu pada pasar tradisional dan kemasan produk dalam bentuk plastik. Jadi UKM ini mengalami kendala pemasaran belum modern. Untuk ini kami team pengabdian merumuskan permasalahan agar produk dapat berkembang maka dibuatlah system e-marketing. Tujuan dari pengabdian ini memcreate sebuah teknologi/aplikasi e-marketing kue bolu JIHAN. Metode yang dikembangkan adalah prinsip *marketing mix*, yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Prinsip yang paling penting adalah place dan promotion dalam *e-marketing*. Hasil yang hendak dicapai adalah desain *web e-marketing* pada prinsip *place* dan *promotion on line*, dimana merek dikembangkan yang lebih modern dan kemasan menarik. Luaran yang hendak dicapai *Web e-marketing*, paten merek, kemasan produk dan publikasi ilmiah.

Kata Kunci : *e-marketing*, kue bolu, *marketing mix*, *web*, *place* dan *promotion*

5. PENDAHULUAN

5.1. Analisa situasi

Di era modern dan serba online ini banyak orang yang ingin membuat acara atau kegiatan secara praktis dan efisien. Seperti halnya dalam penyiapan makanan dan hidangan. Biasanya mereka lebih memilih untuk membeli makanan dari pada untuk membuat makanan sendiri dengan alasan pertimbangan waktu dan tenaga. Berbagai usaha makanan memang bermunculan sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat. Apalagi usaha kuliner berupa kue, baik kue kering maupun kue basah. Salah satu jenis kue yang banyak diminati oleh konsumen secara luas adalah kue bolu. Kue bolu sangat cocok untuk cemilan, penganjal perut sebab mengandung banyak karbohidrat dari tepung dan glukosa untuk menambah energi dalam beraktivitas. Bahkan untuk mengisi perut kosong sebelum makan siang pun juga bisa dengan penganan satu ini. Selain dapat dikonsumsi oleh orang dewasa, makanan satu ini juga banyak dikonsumsi oleh anak-anak dan remaja. Sehingga dari berbagai lapisan masyarakat sebagian besar menyukai kue bolu. Atas dasar pemikiran ini team pengabdian membawa penjualan dan pemasaran secara

digital atau online yang lebih dikenal dengan bahasa asingnya e-marketing usaha kue bolu jihan Kota Payakumbuh.



Gambar 1. kue bolu dalam kemasan plastik dan dalam piring

Dalam memulai memulai usaha dalam bidang apapun, maka yang pertama kali harus diketahui adalah peluang pasar dan bagaimana menggaet minat para konsumen. Bagaimana peluang pasar yang hendak kita masuki dalam bisnis kita dan bagaimana cara memperoleh pesanan tersebut, kedua yaitu kita harus mampu menganalisa keunggulan dan kelemahan pesaing kita dan sejauh mana kemampuan kita untuk bersaing dengan mereka baik dari sisi harga, pelayanan, dan kualitas. Yang ketiga adalah persiapkan mental dan keberanian memulai usaha. Singkirkan hambatan psikologis, rasa malu, takut gagal antara berkeinginan dan keraguan.



Gambar 2 Kue bolu type lain yang disarankan

5.2. Permasalahan yang dihadapi mitra

Usaha kue bolu JIHAN ini sudah banyak mempunyai karyawan dan produksi sehingga pihak mitra (pemilik) harus melakukan terobosan pasar yang lebih luas, sementara pasar yang ditempuh masih masuk pasar-pasar tradisional dan ini merupakan ancaman, kendala kedepan untuk bersaing di era teknologi informasi yang pesat sekarang. Sedangkan harga juga masih relatif murah terjangkau oleh konsumen menengah kebawah (8000 per bungkus) dan (10000

per bungkus). Pemasaran masih dilakukan dari person ke person atau pedagang-pedagang di pasar yang ada di Sumatera Barat, khusus kota Bukittinggi, Batusangkar dan Padang Panjang. Tinggi

5.3. Tujuan

Tujuan pengabdian ini adalah sebagai salah satu bagian dari tri dharma perguruan dan mendukung aktifitas pemasaran usaha kue bolu Jihan. Dan bisa mendapatkan pengalaman langsung dan mengaplikasikan ilmu marketing ke dalam praktik dunia usaha/mitra. Karena dengan melalui penjualan dan pemasaran ini secara tidak langsung dituntut untuk berinteraksi dengan dunia maya (internet), bagaimana cara menawarkan kemasan produk yang professional sehingga tampilan di internet memang suatu wujud nyata dapat mengiurkan selera konsumen ingin rasa membeli serta menarik selera untuk makan sebagai makanan ringan/pendukung cemilan pagi atau sore.

Dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menyebabkan masyarakat/mitra masih menggunakan sistem tradisional antara lain :

1. Masih senang dengan sistem tradiosional/manual (lihat gambar 3)
2. Tidak mampu menggunakan teknologi informasi
3. Tidak tahu menggunakan e-marketing mix
4. Merepotkan karena gaptek
5. Belum biasa menggunakan perdagangan online
6. Belum memahami metode e-marketing
7. Kurangnya sosialisasi terhadap mitra untuk teknologi informasi
8. Minimumnya pelatihan IT
9. Kurang memahami aplikasi e-marketing

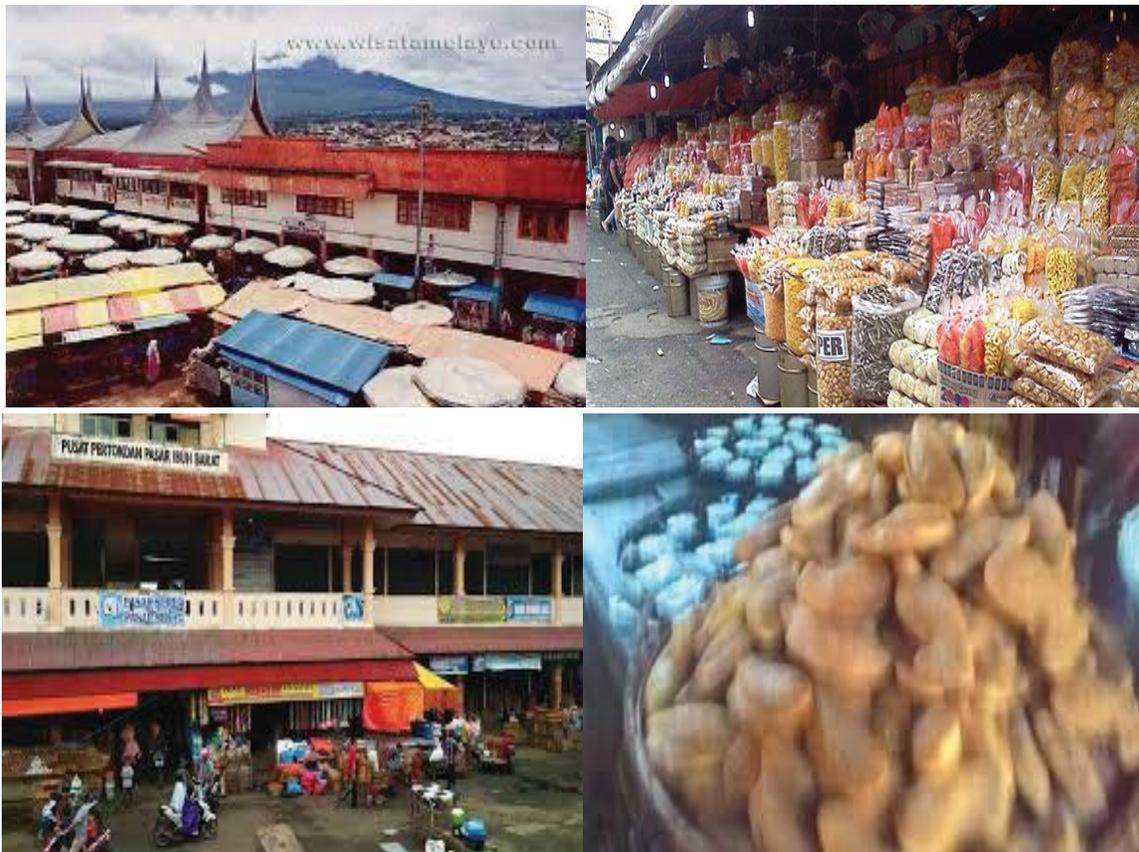
Pengabdian yang akan dilaksanakan ini diharapkan dapat membawa wawasan pengetahuan teknologi e-marketing dan metode bagi masyarakat, sehingga kedepan masyarakat dapat menggunakan internet sebagai pasar modern saat sekarang.



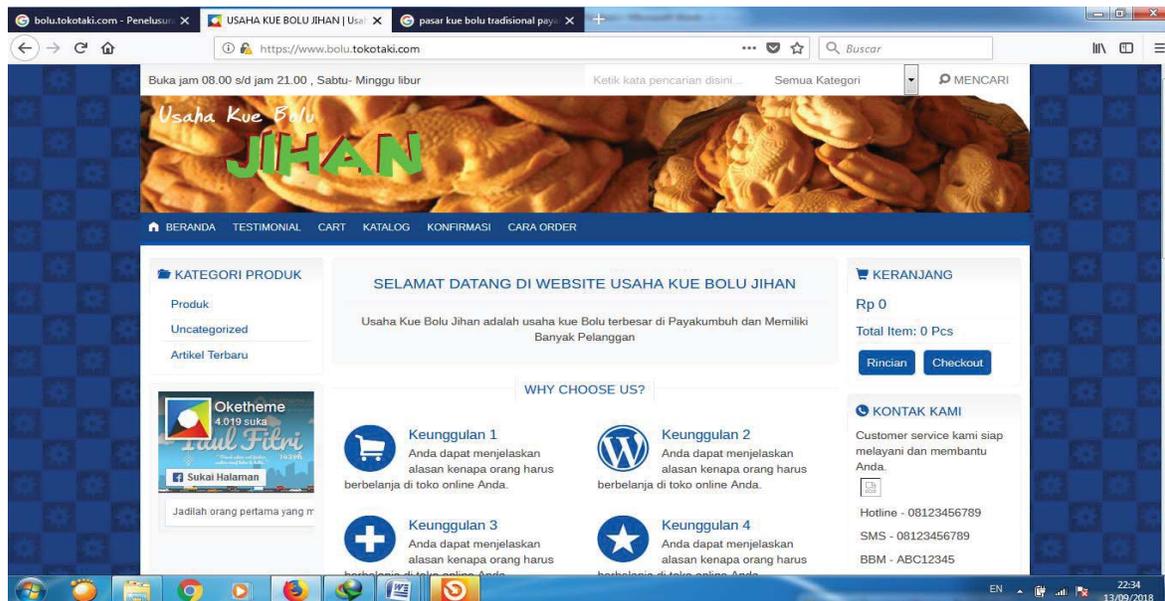
Gambar 3. Saat kunjungan tim dan suasana packing

5.4. Justifikasi pengusul bersama mitra

Pelaksanaan ini dilakukan di kota Payakumbuh Sumatera Barat yang mana nanti akan dilakukan dengan metode-metode teknologi e-marketing yang otomatis. Pelaksanaan pada mitra Kue Bolu Jihan. Diharapkan pembungkusan dengan secara mesin otomatis agar lebih cepat, bersih dan rapi serta higienis. Pada gambar 4 dibawah ini adalah pasar tradisonal bukittinggi dan payakumbuh tempat jualan oleh-oleh khas daerah dan juga ada kue bolu. E_marketing akan membantu pemasaran produk kue bolu jihan sampai ke seluruh pelosok dunia, karena dibantu dengan bantuan IT dan SI berbasiskan web. Adapun nama domain name yang akan tampil pada internet dengan URL : bolu.tokotaki.com. lihat gambar 5



Gambar 4, pasar tradisional Bukittinggi dan Payakumbuh



Gambar 5. Hasil web <http://Bolu.tokotaki.com>

6. METODE

Pengertian E-Marketing menurut Armstrong dan Kottler (2004) adalah sebagai berikut: *E-Marketing is the marketing side of E-Commerce, it consists of company efforts to communicate about, promote and sell products and services over the internet.* (E-Marketing adalah sisi pemasaran dari E-Commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet). <http://konsepeb.blogspot.com/2013/04/e-marketing.html>,

Menurut American Marketing Association yang dikutip oleh Kleindl dan Burrow (2005) marketing adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen.

Tahapan dalam strategi e-Marketing dan hubungannya dengan strategi e-Business

E-marketing Strategy (Strategi E-marketing). Strategi e-marketing mencakup strategi mengenai 4P dan hubungan manajemen (relationship management) untuk mencapai tujuan rencana mengenai *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Saluran Distribusi), dan *Promotion* (Promosi).

Product Strategies

Produk perusahaan merupakan produk import dari negara Hongkong, Korea, dan Jepang. Produk tersebut merupakan produk fashion yang sedang populer di pasaran. Perusahaan dapat menggunakan internet untuk memperkenalkan produk atau menawarkan produk, memberikan informasi-informasi produk ke pelangganserta melakukan pemesanan produk melalui website.

Pricing Strategies

Melalui internet, perusahaan dapat memberikan penawaran harga serta diskon kepada pelanggan. Harga akan selalu di update sesuai penyesuaian harga di pasaran. Pelanggan dapat melihat harga produk dengan mudah melalui internet.

□ *Place Strategies*

Internet dapat di jadikan store locations oleh perusahaan, dimana pelanggan atau member dapat melihat produk, berita atau event, melakukan pemesanan, dan mendapatkan informasi yang lebih jelas dengan mengunjungi website perusahaan.

□ *Promotion Strategies*

Melalui internet, perusahaan dapat dengan mudah melakukan promosi ke pada pelanggan baik promosi produk baru atau produk diskon. Melalui fasilitas Tell Friend dan Newsleter, pelanggan dapat mudah mendapatkan informasi promosi dari perusahaan.

Hubungannya dengan strategi E-bisnis yaitu ada banyak aspek yang mengarah pada keberhasilan bisnis dalam dunia onliane. Pemasaran adalah salah satu hal yang signifikan dan yang membuat bisnis berkembang saat ini, karena adanya tren belanja di internet, perusahaan yang mengadopsi strategi pemasaran menyesuaikan bagaimana calon konsumen menggunakan internet.

Contoh alat/tools berbasis TI yang dapat mendukung implementasi e-marketing

Paul Smith memperkenalkan metode SOSTAC dalam perencanaan pemasaran (*marketing plan*) yang diakui beberapa pihak merupakan metode perencanaan pemasaran yang mudah dipahami dan dijalankan perusahaan. metode perencanaan pemasaran SOSTAC adalah suatu metode analisis yang membantu untuk menentukan komponen kunci dari perencanaan kegiatan komunikasi pemasaran.

Penerapan metode SOSTAC dalam perencanaan e-Marketing

Selain SOSTAC dalam suatu perencanaan kita juga harus mempelajari 3M yaitu *men* (orang), *money* (biaya), dan *minutes* (waktu). Di dalam perencanaan itu sendiri terdiri dari banyak jenisnya masing-masing. Ada yang dinamakan rencana korporasi dengan menggabungkan strategi jangka panjang yang dimiliki perusahaan seperti perencanaan terhadap diversifikasi, akuisisi, sistem serta pendanaan. Selain itu terdapat rencana pemasaran, perencanaan ini bertyjyan untuk memenuhi tujuan perusahaan secara keseluruhannya. Dan yang terakhir rencana e-marketing itu sendiri yang disini memerlukan integrasi dengan rencana pemasarannya yang konvensional

Cara menerapkan metode SOSTAC pada suatu perusahaan yang telah menggunakan TI sebagai bagian dari strategi bisnisnya.

Jelas untuk membantu perusahaan menerapkan *e-marketing* yang lebih efektif. SOSTAC® merupakan model kerangka perencanaan yang telah lama dikenal sebagai kerangka perencanaan yang sederhana dan mudah diikuti, namun mampu mengidentifikasi semua hal-hal utama yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Paul Smith memperkenalkan metode SOSTAC dalam perencanaan pemasaran (*marketing plan*) yang diakui beberapa pihak merupakan metode perencanaan pemasaran yang mudah dipahami dan dijalankan perusahaan. Dalam postingan kali ini kami akan mencoba memberikan penjelasan tentang apa itu metode perencanaan pemasaran SOSTAC. Metode SOSTAC oleh Paul Smith.

a. Situation analysis

Pada tahap awal ini dilakukan dalam menyusun perencanaan pembangunan e-marketing dimana pada tahapan ini dilakukan analisis kondisi atau tingkat keefektifan dari aktivitas marketing. Hasil analisis yang diperoleh dapat digunakan sebagai bahan menyusun strategi marketing yang baru. Dalam tahap ini perusahaan mengumpulkan informasi mengenai keadaan internal dan eksternal perusahaan sehingga mereka tahu konsisi perusahaan mereka di dalam marketlace.

b. Objectivities

Setelah perusahaan mengetahui posisi mereka dalam marketplace kemudian saatnya menentukan tujuan. Tujuan mengarahkan perusahaan supaya fokus hanya pada hal-hal yang ingin dicapai. Bila perusahaan mempunyai tujuan yang jelas dan spesifik maka hal itu akan membantu perusahaan agar lebih terarah dalam melaksanakan perencanaan dan memudahkan perusahaan dalam proses evaluasi untuk menemukan dan memperbaiki kesalahan dalam mencapai tujuan.

c. Strategy formulation

Setelah tujuan yang ingin dicapai berhasil dirumuskan maka penyusunan strategi yang tepat sasaran dapat dilakukan. Bagaimana strategi itu berjalan, bagaimana strategi itu dapat beradaptasi dengan lingkungan dan bagaimana strategi itu dapat mengarahkan kita untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

d. Tactics

Dalam tahap ini perusahaan dituntut untuk dapat memikirkan dan mengimplementasikan sebuah taktik yang jitu. Taktik adalah penjabaran detail dari langkah-langkah atau tahap-tahap yang akan dilakukan untuk pelaksanaan sebuah strategi yang akan digunakan guna mencapai tujuan.

e. Action

Setelah berhasil merumuskan taktik saatnya untuk memecah taktik tersebut menjadi sebuah rangkaian rencana kerja yang terstruktur dan terjadwal. Pada tahap ini dapat dibuat suatu jadwal kerja dalam bentuk flow chat atau yang lainnya untuk membuat perencanaan budget alokasi sumber daya secara detail, membuat risk management plan dll.

f. Control

Pada tahapan ini yang dimaksud control adalah memonitor dan mengevaluasi secara berkala apakah fungsi marketing yang telah diterapkan perusahaan sudah berhasil mencapai tujuan ataukah belum. Jika belum kesalahan apa saja yang mungkin membuat pencapaian tujuan menjadi terhambat dan bagaimanakah cara untuk memperbaikinya . Perusahaan harus mampu mendiagnosa secara teratur tingkat ke efektifan strategi dan taktik yang dijalankan apakah sudah berhasil ataukah belum.

Tiga Cara Internet Marketing Untuk Bisnis Online

Saat membangun bisnis online, harus dipikirkan juga cara marketing yang tepat bisnis Anda. Belakangan ini bisnis online sangat digemari dan mampu menarik minat semua kalangan. Karena itu salah melakukan marketing akan membuat bisnis online Anda terancam kalah

peluang. Bahkan kemungkinan paling buruk, bisnis online Anda akan tutup. Untuk menghindari hal tersebut, memahami cara melakukan internet marketing sangatlah penting. Kenapa harus internet marketing? Karena internet marketing memiliki jangkauan yang sangat luas tidak hanya lokal Indonesia melainkan juga menjangkau seluruh dunia.

Membuat Website

Cara internet marketing pertama yang dapat dilakukan untuk menjalankan bisnis online Anda adalah dengan membuat website. Fungsi website ini tentu saja dalam rangka melakukan promosi toko online Anda. Toko online tanpa adanya website tentu tidak bisa dijalankan. Untuk membuat website toko online, selain desain ada banyak hal lain yang harus Anda penuhi sehingga website Anda dapat melakukan fungsinya dengan baik. Selain harus dibuat dengan hosting dan juga domain tidak gratis, url juga harus dibuat unik. Bila perlu gunakan url dengan kata kunci yang sesuai antara produk dan website Anda. menemukan kata kunci yang tepat dapat dilakukan di google keyword planner. Fasilitas google keyword planner adalah fasilitas yang diberikan google untuk membantu Anda mencari kata kunci terbaik yang selalu meraih peringkat pencarian mesin pencari. Fungsi kata kunci ini sangat penting untuk mengoptimasi website toko online Anda. Kata kunci yang tepat akan membuat website Anda banyak sekali dikunjungi. Banyaknya pengunjung bisa menjadi pembeli yang sangat potensial. Anda juga bisa mengiklankan website Anda pada google adwords yang nantinya terhubung dengan website Anda. Iklan yang dibuat dapat berupa video, teks ataupun gambar. Selama menggunakan fasilitas google adwords ini, Anda tetap diharuskan untuk menggunakan kata kunci yang tepat dan selalu masuk daftar pencarian google search engine.

Membuat Video Produk

Membuat video produk dengan durasi sekian menit tidak terlalu lama, merupakan salah satu alternatif internet marketing. Sama halnya dengan website, membuat video produk juga harus dioptimasi sehingga melalui video ini, produk Anda akan meningkat penjualannya. Video marketing seperti ini belakangan banyak sekali digemari dan juga dilakukan oleh para pebisnis online. Sudah banyak yang membuktikan bahwa dengan menggunakan video ini, pencarian selalu menduduki halaman pertama dalam pencarian. Tentu saja dengan catatan bahwa video harus dibuat dengan benar dan tetap menggunakan kata kunci terbaik. Bila perlu berikan url website Anda dalam video yang diunggah tersebut, sehingga saat Anda mengunggahnya di youtube, video tersebut akan menghubungkan konsumen dengan website atau kontak Anda.

Media Sosial

Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan media sosial belakangan ini sangat cepat dan semakin beragam. Bahkan Anda akan dibuat bingung saat memutuskan untuk melakukan promosi melalui media sosial karena sangat beragamnya. Namun Anda tidak perlu bingung memilih media sosial mana yang layak digunakan untuk digital marketing Anda. Karena Anda bisa menggunakan semuanya selama Anda memiliki waktu 1-2 jam sehari untuk online dan melakukan optimasi juga promosi website toko online Anda. Facebook yang penggunanya mencapai separuh penduduk dunia, dapat menjadi pilihan alternatif untuk melakukan promosi internet atau internet marketing. Anda dapat melakukan review produk dan mencantumkan url website Anda sehingga website Anda semakin banyak dikunjungi. Jangan lupa untuk selalu

menggunakan kata kunci yang ramah mesin pencari sehingga semua usaha search engine marketing yang Anda lakukan membuahkan hasil sesuai tujuan Anda.

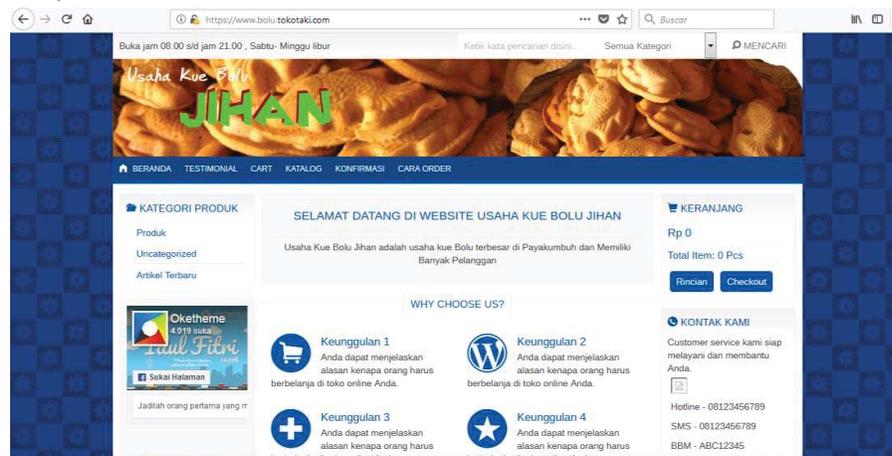
7. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk e-marketing kue bolu jihan dapat dilakukan dengan 3 metode internet marketing yaitu: (<http://seounderdog.blogspot.com/2014/05/pengertian-seo-sem-dan-smm.html>)

3.1. SEO (Search Engine Optimization)

Search engine optimization adalah sebuah teknik yang digunakan oleh para webmaster/blogger untuk membuat agar website/blog mereka muncul di halaman pertama mesin pencari seperti google dan yang lain nya. Untuk apa hal ini dilakukan? sudah jelas bahwa jika kita memiliki sebuah website ataupun blog, kita pasti ingin supaya orang lain datang untuk melihat website atau blog kita. Tetapi bagaimana orang lain dapat datang untuk melihat blog kita? sedangkan orang lain tidak tahu URL dari blog kita. Oleh sebab itu seorang webmaster ataupun blogger yang memahami akan hal ini menggunakan tehnik SEO agar keyword utama yang di tampilkan oleh halaman website tersebut muncul di mesin pencari google.

Berikut adalah penjabaran nya agar mudah di mengerti Url Website <http://Bolu.tokotaki.com>. Lihat gambar 6, dibawah ini :



Gambar. 6 url : <http://bolu.tokotaki.com>

dapat kita lihat bahwa URL semacam ini sangat susah di ingat oleh orang lain, oleh sebab itu kemungkinan untuk website/blog tersebut di datangi atau di visit oleh orang lain sangat kecil. Pencarian Berdasarkan Keyword di Mesin pencari dapat kita lihat bahwa URL semacam ini sangat susah di ingat oleh orang lain, oleh sebab itu kemungkinan untuk website/blog tersebut di datangi atau di visit oleh orang lain sangat kecil. Pencarian Berdasarkan Keyword di Mesin pencari. Maka melalui keyword yang di ketikan di mesin pencari, website/blog para webmaster/blogger akan lebih mudah untuk ditemukan. **Beberapa kunci singkat SEO**

Optimisasi Content

Content yang harus dibuat harus sesuai dengan keyword yang di pakai, harus orisinal hasil pemikiran sendiri dan tidak Copy paste dari artikel website orang lain.

Sitemap

Website/blog harus menyediakan sitemap agar mesin pencari dapat mencrawl struktur dari website/blog tersebut dengan mudah, sehingga akan lebih cepat muncul di mesin pencari

Internal & External Link

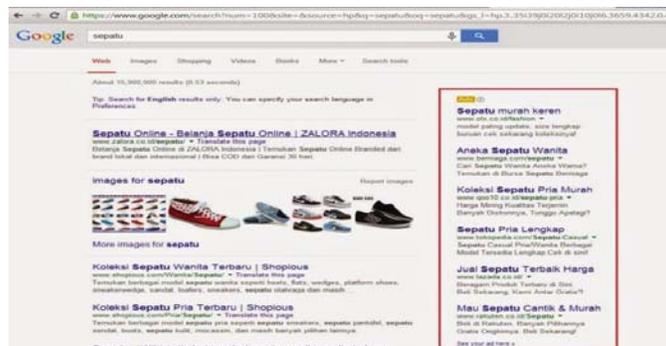
Internal link bermaksud agar setiap halaman artikel website terhubung satu sama lain, yang bermaksud agar halaman perhalaman dari artikel di website memiliki hubungan timbal balik. Sedangkan External link dibuat di luar dari website/blog tersebut, maksudnya adalah link ke artikel dari website/blog kita yang kita sematkan di website orang lain/forum yang berkaitan dengan isi dari artikel di dalam website/blog tersebut.

Google Webmaster Tools

Submit atau masukan website/blog yang ingin kita SEO kan ke <http://www.google.com/webmasters/tools>, fungsi dari Google Webmaster Tools ini adalah agar kita dapat memaksimalkan website/blog melalui tools-tools SEO yang disediakan oleh google.

3.2. SEM (Search Engine Marketing)

Search Engine Marketing pada dasar nya sama dengan SEO tetapi Search Engine Marketing lebih bersifat ke arah Menggunakan mesin pencari untuk promosi atau iklan. Maksudnya adalah si webmaster/blogger membayar situs pencari untuk menampilkan URL dari website/blog mereka agar cepat di visit oleh pengunjung. Google menyediakan layanan berbayar berdasarkan *pay per click* singkat (PPC). situs dari google yang menyediakan nya adalah <http://www.google.co.id/adwords>, lihat gambar 7. contoh dari website/blog yang menggunakan Google Adwords



Gambar 7, adalah <http://www.google.co.id/adwords>

Dapat kita lihat kolom kotak yang berwarna merah, isi dari kolom tersebut adalah website/blog yang memakai jasa google Adwords. Tujuan dari SEM memang seperti itu tetapi bedanya adalah kita harus menyediakan dana agar dapat muncul di mesin pencari semacam google dll.

3.3.SMM (Social Media Marketing)

Social Media Marketing adalah juga salah satu teknik marketing yang di gunakan oleh webmaster/blogger agar website mereka dapat kunjungan dari orang lain. Pada umumnya teknik SMM digunakan melalui Media-media Social yang sudah terkenal dan cenderung di gunakan oleh orang banyak. Beberapa Social Media yang paling sering digunakan antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan lain-lain.

Hasil kami melakukan kunjungan ketempat mitra melihat kondisi saat pembuatan dan sampai packing plastik, dan menurut informasi yang ditemui tim pengabdian cara pemasaran yang dilakukan yaitu person to person, pedagang pasar dan agen kue serta took-toko. Maka tim bergerak dan punyai ide/saran untuk melakukan pemasaran dilakukan dengan media teknologi informasi yaitu tepatnya dengan menggunakan internet marketing (e-marketing). Dalam hal ini tim menggunakan metode SOSTAC. Tim sedang berada dilokasi saat memulai adonan, sampai packing dalam plastik yang masih dikerjakan secara tradisional. Lihat gambar 8, 9 dan 10.



Gambar 8 saat memulai adonan



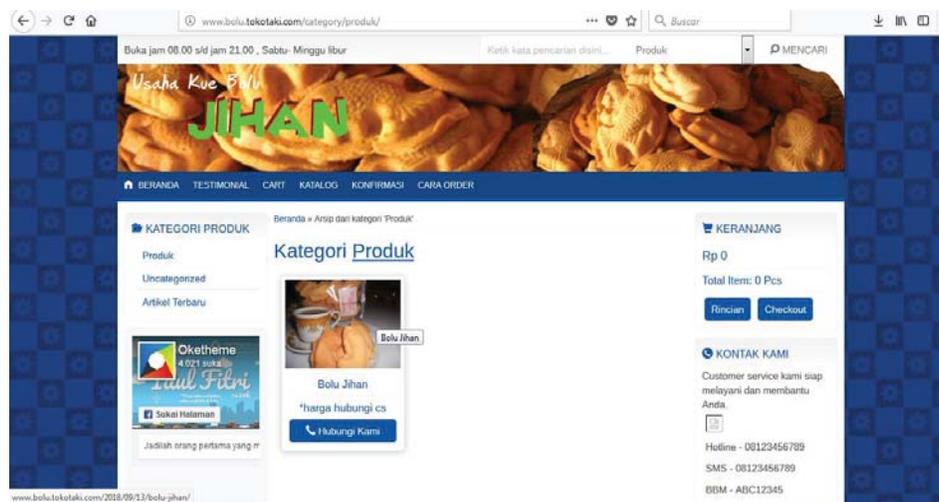
Gambar 9 proses pembakaran kue dengan oven gas



Gambar 10, saat packing kue bolu

Hasil pembuatan Website Kue bolu Jihan (e-Marketing)

Cara internet marketing pertama yang dapat dilakukan untuk menjalankan bisnis online pada kue bolu jihan Payakumbuh adalah dengan membuat website. Fungsi website ini tentu saja dalam rangka melakukan promosi toko online kue bolu Jihan. Toko online tanpa adanya website tentu tidak bisa dijalankan. Untuk membuat website, selain desain ada banyak hal lain yang harus dipenuhi sehingga website dapat melakukan fungsinya dengan baik. Selain harus dibuat dengan hosting dan juga domain tidak gratis, url juga harus dibuat unik. Bila perlu gunakan url dengan kata kunci yang sesuai antara produk dan website. menemukan kata kunci yang tepat dapat dilakukan di google keyword planner. lihat gambar 11, hasil website dari kue bole jihan.



Gambar 11, Hasil design kue bolu jihan Payakumbuh

SIMPULAN

Usaha kue bolu Jihan sudah 10 tahun melakukan produksi, namun dalam perjalanan usaha ini sulit untuk melakukan terobosan pasar yang lebih luas dan hanya berjalan pada pasar-pasar tradisional, maka tim pengabdian melakukan ekspansi pasar dengan cara e-marketing.

Pemasaran Internet atau pemasaran elektronik (*bahasa Inggris: Internet marketing, e-marketing, atau online-marketing*) adalah segala upaya yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet dalam mengembangkan usaha mitra kue bolu jihan Payakumbuh.

Metode yang diterapkan Dalam dunia digital marketing, SEO menjadi salah satu cara yang selalu ditempuh untuk melancarkan strategi marketing. Mungkin sebagian dari kita sudah memahami betul apa itu SEO. ketahui, SEO, SEM, SMM, telah memegang peranan penting dalam penentuan peringkat pada mesin pencari.

Dengan melakukan optimasi SEO, SEM, SMM, maka hal itu akan membantu website milik Anda berada pada halaman pertama dalam mesin pencari, bahkan menjadi peringkat pertama. Untuk mendapatkan hal tersebut, bukan hanya sekedar melakukan optimasi terhadap SEO, SEM, SMM. Namun tetap diperlukan suatu strategi marketing yang tepat untuk membuatnya menjadi semakin terarah dan tepat sasaran. Dengan adanya website <http://Bolu.tokotaki.com>

DAFTAR REREFENSI

- [1] Rob Stokes, 2008, eMarketing: The essential guide to digital marketing fourt edition, Quirk eMarketing (Pty) Ltd.
- [2] <http://konsepeb.blogspot.com/2013/04/e-marketing.html>, rabu tgl 12 sep 2018, jam 11.30 mlm
- [3] <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/e-marketing-electronic-marketing.html>, senin tgl 10 sep 2018, jam 10.05 mlm
- [4] <http://seounderdog.blogspot.com/2014/05/pengertian-seo-sem-dan-smm.html>, selasa tgl 18 sep 2018, jam 10.45 mlm
- [5] <http://www.dumetdevelopment.com/blog/3-cara-internet-marketing-untuk-bisnis-online>, sabtu tgl 15 sep 2018, jam 09.25 mlm