

PENDAMPINGAN PENINGKATAN POTENSI PEMASARAN PERALATAN PEMADAM KEBAKARAN DAN PENGELOLAAN HUBUNGAN PELANGGAN MELALUI PENERAPAN INBOUND MARKETING PADA TOKO SINAR JAYA

Chatrine Sylvia*, Angela, Fandi Halim

Program Studi Sistem Informasi, STMIK Mikroskil

*Email: chatrine.sylvia@mikroskil.ac.id

Abstrak – *Inbound marketing* sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi memiliki peranan yang penting untuk mendapatkan target pelanggan. Strategi ini lebih efisien jika dibandingkan dengan *outbound marketing* yang jika dikombinasikan bersama dapat menghasilkan dampak positif yang lebih besar. Toko Sinar Jaya yang mulai menerapkan *inbound marketing* membutuhkan sebuah website dan pendampingan lebih lanjut terkait *inbound marketing*. Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk mengembangkan sebuah website, melakukan pelatihan terhadap pihak toko Sinar Jaya untuk dapat memaksimalkan penggunaan akun sosial media toko secara lebih maksimal dengan terintegrasi kepada website yang telah dikembangkan agar dampak penerapan *inbound marketing* dapat dirasakan lebih besar. Kegiatan pengembangan website memanfaatkan platform *wordpress* dengan *plugin open source woocommerce* dan template slider *Demo Slide SJ*. Pihak toko juga difasilitasi dengan kegiatan pengiklanan *instagram* melalui pilihan *boost an instagram post* agar *feed/postingan* yang dilakukan mendapatkan jangkauan yang lebih luas. Kegiatan pengabdian ini juga disertai dengan kegiatan pendampingan dan pelatihan yang dilengkapi dengan materi *inbound marketing* dan panduan penggunaan website serta pengelolaan toko online. Kegiatan pengabdian berhasil dilaksanakan dengan baik dan direkomendasikan untuk melakukan penambahan fitur terhadap website yang telah dikembangkan serta melakukan pengukuran tingkat keefektifan penerapan *inbound marketing* setelah beberapa kurun waktu implementasi yang ditentukan.

Kata kunci: *inbound marketing*, *website*, pemasaran, sosial media

LATAR BELAKANG

Inbound marketing sebagai salah satu strategi pemasaran saat ini memiliki peranan yang semakin bertumbuh seiring dengan perubahan perilaku pelanggan. Patrutiu (2016) menyebutkan bahwa pelanggan cenderung berusaha mencari informasi dan review tentang produk terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi terutama pembelian secara online untuk lebih menghemat waktu dan biaya. Jika dibandingkan dengan strategi *outbound marketing*, *inbound marketing* diklaim memiliki tingkat efisiensi yang lebih baik dan mampu meningkatkan serta mengadaptasi mekanisme komunikasi perusahaan terhadap pelanggan. (Patrutiu, 2016; Dakouan *et al.*, 2019).

Melakukan *inbound marketing*, tentunya perlu dibarengi dengan berbagai media. Salah satunya dengan menyediakan website interaktif dan informatif. Selain itu dapat juga memanfaatkan platform *marketplace* sebagai

media untuk berbisnis online dan dapat didukung dengan mengiklankan produk maupun toko menggunakan sosial media seperti *Instagram*. Hal ini seiring dengan yang disebutkan oleh Bezovski (2015), Rancati *et al.* (2015), dan Volpe (2015) bahwa *Inbound marketing* dapat melibatkan beberapa teknik *marketing online* seperti *blogging* atau *blog marketing*, *search engine optimization*, *social media publishing*, *social media marketing* dan sebagainya dengan tujuan untuk menarik minat dan mempertahankan pelanggan.

Toko Sinar Jaya merupakan toko yang menjual alat-alat pemadam kebakaran yang berlokasi di Jl. Brigjend Katamso No. 213, Sukaraja, Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara 20159. Usaha yang dimulai oleh Bapak Jimmy Rustam pada tahun 1997 telah memiliki pelanggan yang berasal dari berbagai daerah mulai dari daerah Medan hingga kota di sekitar seperti kota Siantar, Rantauprapat, Tebing Tinggi, Aceh,

Pekanbaru, Sibolga, Padang, Jambi, Bengkulu, dan Palembang. Toko ini menjual beragam jenis produk pemadam kebakaran seperti alat pemadam kebakaran model Dry Chemical Powder, CO₂, Liquid Foam, Wheeled/Roda Besar (25Kg, 50Kg, 70Kg, 80Kg). Saat ini, untuk transaksi penjualan setiap hari, toko mengandalkan kedatangan pelanggan untuk bertransaksi secara langsung di lokasi toko. Hal ini tentu membutuhkan usaha lebih khususnya untuk pelanggan terutama yang berasal dari luar kota Medan. Saat ini, terlebih karena sedang dalam masa pandemi Covid-19, Toko Sinar Jaya sebenarnya telah mulai untuk memanfaatkan inbound marketing melalui penggunaan sosial media Instagram dengan harapan dapat menarik lebih banyak pelanggan dengan mulai memperkenalkan produk dan melakukan pemasaran secara online. Namun Dakouan et al. (2019) pernah menyebutkan bahwa bahwa Inbound marketing adalah strategi dengan tujuan menarik prospect ke website perusahaan, kemudian mengubah prospect tersebut menjadi lead dan lebih jauh menjadi pelanggan bahkan brand promoters. Sehingga saat ini Pihak toko juga membutuhkan website yang terhubung dengan akun sosial media toko agar dapat menerapkan strategi inbound Secara lebih baik dengan harapan calon pelanggan dapat mengakses informasi yang lebih lengkap tentang toko dan produk. hal ini diperlukan mengingat alat pemadam kebakaran bukan merupakan produk yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sehingga produk ini jarang diketahui oleh masyarakat. Ini juga penting mengingat aktivitas instagram seperti giveaway/contest, penempatan produk, penawaran eksklusif dan lainnya memiliki dampak positif dan dapat meningkatkan traffic ke website (Buinac & Lunberg, 2015). Mengkombinasikan strategi inbound marketing dan outbound marketing sebagaimana yang

diusahakan oleh toko sinar jaya sesuai dengan yang disebutkan oleh Todor (2016) dan Dakouan et al. (2019) bahwa mengkombinasikan strategi inbound dan outbound marketing merupakan solusi terbaik bagi perusahaan untuk meningkatkan visibilitas pasar sekaligus untuk meningkatkan brand awareness serta bersinergi untuk mendapatkan dampak positif yang lebih besar.

METODE PELAKSANAAN

Terdapat 3 hal utama yang menjadi fokus kegiatan pelaksanaan pengabdian ini yakni: (1) pengembangan laman web untuk toko, (2) pendampingan dan pelatihan terhadap pihak Toko Sinar Jaya untuk inbound marketing, penggunaan website, panduan penggunaan toko online dan pengelolaan instagram feed/postingan, (3) Pendampingan penggunaan Instagram ads untuk meningkatkan reach dan insight.

Perencanaan dan persiapan dan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan selama 3 (tiga) bulan. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan tim pengabdian yang terdiri dari 3 (tiga) orang. Komunikasi untuk berbagai aktivitas mayoritas dilakukan secara online dengan memanfaatkan aplikasi Zoom. Berbagai aktivitas yang dilakukan tersebut di atas meliputi dialog bersama pemilik toko untuk analisis situasi dan sistem berjalan pada toko mitra, penawaran kegiatan pengabdian kepada pemilik toko, penyusunan proposal kegiatan, pengumpulan dan penyusunan materi pelatihan, pengembangan website, pembuatan panduan dalam bentuk softcopy yang berisi tentang langkah pembuatan toko online dan berbagai informasi mengenai Instagram Ads, termasuk kegiatan pendampingan dan pelatihan untuk konsep inbound marketing, penggunaan website yang telah dikembangkan, penyerahan panduan pembuatan toko online di Shopee dan pendampingan cara beriklan di Instagram Ads.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa hasil capaian dari kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa hal berikut yakni: (1) laman website <https://www.sinarjayamedan.com>, (2) Materi pelatihan inbound marketing yang dilengkapi dengan Panduan penggunaan website dan pengelolaan toko online (3) instagram ads untuk akun toko sinar jaya. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut

1. Laman website yang dikembangkan dengan menggunakan wordpress.

Laman web ini dikembangkan dengan menggunakan platform wordpress dengan plugin woocommerce yang tersedia sebagai plugin open-source. Website dikembangkan untuk dapat diakses oleh pengunjung website dan admin yang dalam hal ini merupakan pemilik Toko Sinar Jaya Medan. Berikut beberapa tampilan laman web yang dapat diakses oleh pengunjung website



Gambar 1. Halaman Beranda sinarjayamedan.com

Sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 1, Halaman homepage sinarjayamedan.com memiliki 5 (lima) menu utama yang dapat diakses oleh pengunjung yakni Home, Products, Blog, About Us dan Contact.

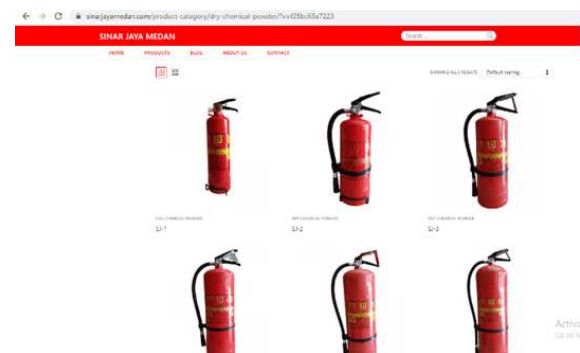
Untuk menu Products apabila dipilih, maka akan mengarahkan pengunjung ke halaman khusus yang menjelaskan tentang produk secara lebih terperinci. Di awal halaman menu Products, pengunjung akan disajikan pilihan kategori produk yang hendak dilihat. Pengunjung dapat memilih 2 kategori produk pada halaman ini yakni: Dry Chemical Powder atau Wheeled/Roda Besar. Dry Chemical

Powder merupakan jenis pemadam kebakaran yang sering disebut Alat Pemadam Api Ringan (APAR). Sedangkan wheeled/Roda Besar atau yang sering disebut sebagai Alat Pemadam Api Berat (APAB) – Wheeled Trolley (beroda) merupakan jenis pemadam kebakaran yang biasanya digunakan di pabrik karena memiliki ukuran dan daya semprot yang tinggi dan dianggap memiliki kinerja yang lebih efisien dan efektif. Adapun tampilan halaman kategori products adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Kategori Produk

Tampilan halaman apabila salah satu kategori produk dipilih akan berisikan rincian produk yang ditawarkan dengan tampilan berikut.



Gambar 3. Halaman Produk

Selanjutnya, apabila menu Blog dipilih, pengunjung akan diarahkan ke halaman yang berisikan artikel terkait pemadam kebakaran dan tips perawatan alat pemadam kebakaran. Harapannya lewat halaman ini, Toko Sinar Jaya dapat secara rutin mengisi artikel yang dapat menarik minat para pengunjung untuk kembali mengakses website secara rutin. Adapun tampilan halaman artikel pada menu Blog adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Halaman Blog artikel

Untuk setiap artikel yang telah dibaca, pengunjung dapat memberikan komentar terkait artikel. Harapannya dengan ada fitur komentar ini, pengunjung dan admin dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi.



Gambar 5. Halaman Komentar Artikel

Untuk menu About Us, apabila dipilih, maka pengunjung akan diarahkan ke halaman About Us. Melalui laman ini, diharapkan Toko Sinar Jaya dapat memberikan informasi dan gambaran kepada pengunjung tentang hal yang hendak dicapai oleh Toko Sinar Jaya dan diharapkan dapat membangun kepercayaan pelanggan terutama terhadap Toko Sinar Jaya. Adapun tampilan About Us sinarjayamedan.com adalah sebagai berikut:



Gambar 6. Halaman About Us

Terakhir, halaman Contact page yang ditampilkan apabila menu Contact dipilih,

berisikan informasi alamat, nomor telepon dan e-mail Toko Sinar Jaya Medan yang dapat dihubungi beserta sebuah form yang dapat digunakan oleh pengunjung laman web untuk menghubungi pihak Toko Sinar Jaya Medan. Adapun tampilannya adalah sebagai berikut.



Gambar 7. Halaman Contact

Selain itu, juga terdapat laman khusus admin untuk mengelola tampilan dan isi web Toko Sinar Jaya. Berikut beberapa tampilan yang dapat diakses oleh admin yang dalam hal ini merupakan pemilik Toko Sinar Jaya Medan. Pada halaman Dashboard, terdapat akses cepat untuk melakukan kustomisasi ataupun mengubah tema website. Tersedia pula akses untuk melakukan perubahan tampilan halaman front page, menambahkan halaman web baru, menambahkan artikel blog yang baru, dan melihat tampilan website dari sisi pengunjung. Di bagian bawah, akan ditampilkan pula aktivitas-aktivitas terbaru pada web Sinar Jaya. Kemudian, pada sebelah kiri terdapat menu-menu bawaan dari Wordpress ataupun dari plugin yang sudah di-install. Beberapa plugin penting yang sudah di-install untuk membantu pengelolaan website toko antara lain: WooCommerce yang dipakai untuk mempermudah pengelolaan web e-commerce dan YITH WooCommerce Catalog Mode yang memungkinkan untuk menyembunyikan harga produk, cart, dan tombol Checkout sehingga tampilannya menjadi seperti katalog produk. Untuk mengelola tampilan dari konten web, selain menggunakan editor bawaan dari Wordpress, juga ditambahkan plugin

Elementor yang lebih user-friendly dan menyediakan fitur yang lebih beragam. Lalu, ada pula plugin seperti Contact Form 7 untuk membuat form Contact Us pada halaman Contact, Smart Slider 3 untuk menampilkan slider yang terdapat di halaman Home (beranda) dalam bentuk image dan text, serta Sticky Menu (or Anything!) on Scroll untuk memastikan bahwa menu-menu di bagian atas website, tetap berada di atas walaupun halaman web di-scroll ke bawah. Terakhir, terdapat plugin-plugin untuk meningkatkan dan mengoptimalkan performa dari website Sinar Jaya seperti Broken Link Checker, Smush, W3 Total Cache, dan WP-Optimize – Clean, Compress, Cache.



Gambar 8. Dashboard Admin

Selanjutnya, Menu Pages yang dapat diakses dari menu yang terdapat di sebelah kiri. Halaman ini akan menampilkan semua halaman yang telah dibuat untuk website Toko Sinar Jaya Medan. Pengelolaan yang bisa dilakukan antara lain menambahkan halaman baru, mengubah dan menerbitkan halaman, menghapus halaman, serta melihat tampilan halaman tersebut di sisi pengujung website.



Gambar 9. Menu Pages

Sebagai contoh apabila hendak mengubah halaman about us yang ada, maka admin dapat

mengarahkan kursor ke halaman About Us. Maka, akan muncul pilihan aksi-aksi di bawah yang terdiri dari Edit, Quick Edit, Trash, dan View. Dengan menekan tombol Edit, admin bisa mengubah isi dari halaman About Us seperti layaknya mengubah isi dokumen dengan tampilan Edit About Us ini dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 10. Tampilan Edit About Us

Fitur edit halaman yang disediakan oleh Wordpress masih sangat sederhana dan terbatas penggunaannya. Oleh karena itu, admin bisa melakukan perubahan lewat tombol Edit with Elementor yang terdapat di sebelah atas. Plugin Elementor memberikan pilihan format yang lebih beragam dan menarik kepada pengguna untuk melakukan kustomisasi konten maupun style dari halaman web. Kustomisasi tersebut dapat dilakukan pada panel Edit Text Editor yang muncul di sebelah kiri halaman seperti yang tampak pada Gambar berikut.



Gambar 11. Edit with Elementor (About Us)

Hal yang sama juga dapat dilakukan terhadap halaman Blog dan halaman Contact yang sudah tersedia. Sedangkan, untuk melakukan kustomisasi terhadap produk yang hendak ditampilkan di halaman web. Dalam melakukan kustomisasi produk yang hendak ditampilkan, pemilik nantinya dapat melakukan pengelolaan

kategori produk dan pengelolaan produk pemadam kebakaran yang hendak dijual. Di awal saat melakukan edit menu products, kategori produk juga dapat sekaligus dikelola. Dengan adanya kategori produk, maka setiap produk dapat dibuat mejadi beberapa kelompok produk sesuai dengan kebutuhan pemilik toko. Adapun tampilan untuk menambah kategori baru dari produk dapat diakses dari menu Products – Categories yang terdapat di sebelah kiri dengan tampilan sebagai berikut



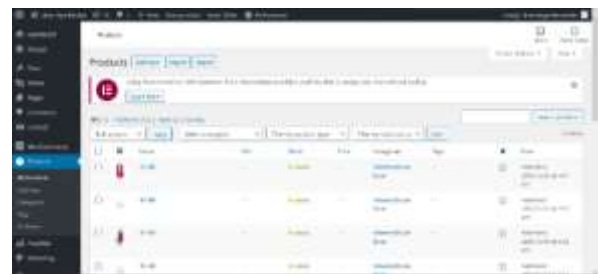
Gambar 12. Add New Products Categories

Kategori produk yang sudah dibuat, masih dapat di-edit sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2.30 di bawah ini. Selain dapat mengubah nama kategori, pemilik toko juga dapat mengubah deskripsi, gambar dan jenis penampilan gambar untuk kategori produk yang dikelola.



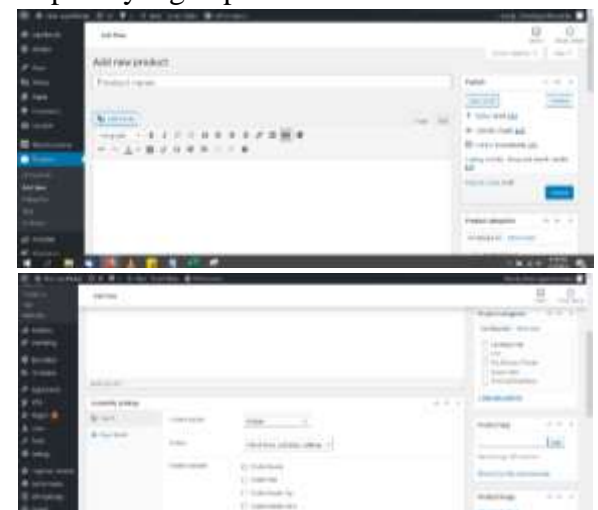
Gambar 13. Edit Product Categories

Setelah mengelola kategori produk, pemilik toko juga dapat mengelola setiap item produk yang dijual pada toko. Di awal, pemilik toko dapat menampilkan setiap produk yang dijual dengan tampilan yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 14. Tampilan All Products

Jika ternyata dibutuhkan untuk menambahkan item produk yang baru, maka pemilik toko dapat melakukan add new product dengan tampilan yang dapat dilihat di bawah ini:



Gambar15. Add New Products

Pemilik juga dapat mengelola menu pada halaman utama website. Hal tersebut dapat dilakukan melalui Edit Menu Front Page dengan tampilan berikut di bawah ini:



Gambar 16. Edit Menu Front Page

Pemilik juga difasilitasi dengan menu smart slider. Menggunakan menu smart slider, pemilik dapat mengatur gambar dan informasi yang hendak ditampilkan pada slider yang berada di halaman utama website. Untuk menggunakan smart slider, pemilik toko dapat

memilih menu Smart Slider. Apabila menu smart slider telah dipilih, maka pemilik akan dibawa ke tampilan dashboard untuk smartslider dengan tampilan seperti berikut.



Gambar 17. Menu Smart Slider

Dalam mengelola smart slider, pemilik toko dapat menggunakan template yang telah disediakan. Website yang dikembangkan saat ini menggunakan template Demo Slider SJ. Apabila template ini dipilih, maka pemilik akan dibawa ke menu edit front page slider dengan tampilan berikut di bawah ini.



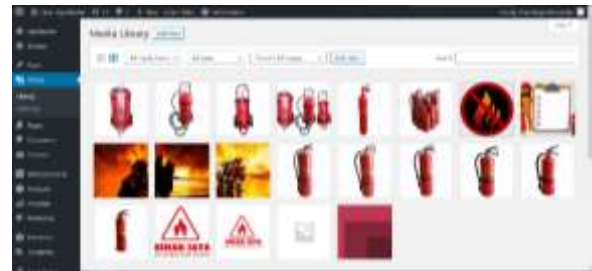
Gambar 18. Edit Front Page Slider

Sebagaimana yang dapat dilihat pada gambar di atas, pemilik toko diberikan beberapa menu untuk pengaturan Demo Slide SJ yang meliputi general, size, controls, animations, autoplay, optimize, loading, slides, dan developers. Pemilik juga dapat mengelola komentar yang dikirimkan oleh pengunjung melalui Menu comments dengan tampilan sebagai berikut:



Gambar 19. Menu Comments (Manage Blog Comments)

Pemilik juga disediakan Menu media sebagai tempat mengelola seluruh gambar dan media yang digunakan dalam website. Berikut adalah tampilannya.



Gambar 20. Menu Media (Manage All Images Used)

Terakhir, menu users adalah fitur di mana pemilik dapat mengelola seluruh user yang terdaftar dalam website. Pemilik juga dapat mengubah role dari user yang terdaftar dalam website. Berikut adalah tampilannya.



Gambar 21. Menu Users (Manage All Users)

2. Materi pelatihan inbound marketing dilengkapi dengan panduan penggunaan website dan pengelolaan toko online.

Materi ini disiapkan untuk mendukung kegiatan pendampingan terhadap pemilik dan admin Toko Sinar Jaya. Dalam kegiatan pendampingan ini, pemilik dan admin Toko Sinar Jaya berdiskusi dengan tim pengabdian mengenai beberapa hal terkait dengan kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan oleh Toko Sinar Jaya untuk ke depannya. Dalam kegiatan diskusi ini, tim pengabdian telah mempersiapkan manual yang dikerjakan dengan menggunakan Microsoft Power Point sehingga lebih nyaman untuk digunakan oleh pemilik karena diisi dengan navigasi di dalamnya. Pada manual yang dibuat, tim

pengabdian memasukkan beberapa informasi dan panduan dengan isi yang meliputi: (a) inbound marketing, (b) panduan penggunaan website, (c) panduan penggunaan toko online (Shopee), (c) panduan pengelolaan instagram feed/postingan. Kegiatan pendampingan memanfaatkan aplikasi Zoom secara daring. Waktu pendampingan dalam bentuk diskusi ini dilakukan dengan menyesuaikan terhadap kesediaan waktu dari Pihak Toko Sinar Jaya agar tidak mengganggu operasional toko.



Gambar 22. Pendampingan dan penyampaian materi secara daring

3. Instagram ads untuk meningkatkan reach dan insight bagi akun toko sinar jaya.

Dalam mengiklankan feed/postingan instagram akun toko sinar jaya, tim pengabdian menggunakan pilihan boost an instagram post dengan tujuan agar setiap feed/postingan yang dilakukan oleh pihak toko sinar jaya dapat memiliki jangkauan yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, beberapa kesimpulan berupa:

1. Pemilik toko telah menerima beberapa luaran terutama sebuah website dan telah dibekali dengan pemahaman terhadap konsep pemasaran inbound termasuk cara penerapannya melalui penggunaan website yang telah dikembangkan
2. Pemilik toko juga telah disediakan panduan apabila hendak memulai suatu gerai online di masa yang akan datang

3. Pemilik toko juga telah diberikan dan sekaligus dilatih untuk menggunakan layanan iklan feeds/postingan di Instagram akun Toko Sinar Jaya dengan menggunakan Instragram Ads

Adapun saran yang dapat diberikan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam bentuk pendampingan ini ke depannya adalah:

1. Untuk kegiatan pengabdian berikutnya, website yang ada dapat dikembangkan untuk dapat sekaligus melayani kegiatan penjualan kepada pelanggan yang juga terintegrasi dengan aplikasi marketplace untuk kegiatan penjualan online.
2. Potensi pertumbuhan bisnis dan dampak strategis yang dialami oleh Toko Sinar Jaya perlu diukur dan dianalisis lebih lanjut setelah diterapkannya konsep inbound marketing selama kurun waktu tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bezovski, Z. (2015). *Inbound marketing-A new concept in digital business*.
- Buinac, E., & Lundberg, J. (2015). *Instagram as a Marketing Tool: A Case Study about how Companies Communicate their Brands on Social Media*.
- Dakouan, C., Benabdelouahed, R., & Anabir, H. (2019). Inbound marketing vs. outbound marketing: independent or complementary strategies. *Expert Journal of Marketing*, 7(1).
- Patrutiu-Baltes, L. (2016). *Inbound Marketing-the most important digital marketing strategy*. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(2), 61.
- Rancati, E., Codignola, F., & Capatina, A. (2015). *Inbound and outbound marketing techniques: A comparison between Italian and Romanian pure players and*

click and mortar companies. Risk in Contemporary Economy, 2(1), 232-238

Todor, R. D. (2016). *Blending traditional and digital marketing*. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(1), 51.

Volpe, M. (2015). *Inbound marketing versus outbound marketing: a pointless debate*. [online] available at: <https://www.i-scoop.eu/inbound-marketing-versus-outbound-marketing-pointless-debate/>. [accessed 17 february 2021]