

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL BERBASIS WEBSITE PADA GRIYA KUE “ANNE” TULUNGAGUNG

Endang Triwidyati¹, Desi Kristanti², Gandung Satriyono³, Bahrul Ulum⁴, Umi Fitriyani⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kediri

e-mail: endang_triwidyati@unik-kediri.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin menjadi pesan memaksa UMKM untuk saling bersaing demi keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, komunitas pemilik bisnis perlu memikirkan cara untuk bertahan hidup. Kegiatan yang kami lakukan adalah pelatihan digital marketing berbasis website bagi UMKM untuk membantu pemasaran produk. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar pelaku usaha atau UMKM dapat memanfaatkan internet dan teknologi untuk mendukung pemasaran produknya dan memperluas jangkauan target pasar atau konsumen melalui digital marketing. Sebab, penggunaan internet khususnya media sosial dinilai lebih efektif untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Kebiasaan masyarakat yang semakin gemar terhadap internet menjadi dasar bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara online. Kami berharap hasil dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha atau UMKM dapat memanfaatkan media berbasis internet dengan baik dan maksimal untuk meningkatkan pemasaran produknya.

Kata kunci: Website, UMKM, Pemasaran

Abstract

The development of technology and information that is increasingly a message forces MSMEs to compete with each other for the continuity of their business. Therefore, the business owner community needs to think of ways to survive. The activities carried out by us are website-based digital marketing training for MSMEs to help product marketing. The purpose of this activity is so that business actors or MSMEs can take advantage of the internet and technology to support the marketing of their products and expand the reach of the target market or consumers through digital marketing. This is because the use of the internet, especially social media, is considered more effective to reach all levels of society. People's habits that are increasingly fond of the internet have become the basis for business actors to market their products online. We hope that the result of this activity is that business actors or MSMEs can make good and maximum use of internet-based media to improve the marketing of their products.

Keywords: Website, MSMEs, Marketing

PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi yang kurang stabil menyebabkan banyak perusahaan yang mengurangi pekerjaannya. Untuk mendapatkan pekerjaan kembali dibutuhkan keterampilan terlebih yang tidak menguasai keterampilan sama sekali (Syifa et al., 2021). Keterampilan bisa dikuasai karena belajar atau otodidak. Keterampilan yang sudah banyak dimanfaatkan dan banyak menghasilkan penghasilan adalah keterampilan memasak (Andri et al., 2019). Sebagai contoh disepanjang Jalan Dhoho Kota Kediri banyak usaha makanan yang didirikan baik itu yang sifatnya permanen atau warung tenda. Selama manusia membutuhkan makanan maka usaha boga akan tetap marak (Rahmat et al., 2019).

Griya Kue Anne Tulungagung menjalankan usahanya berdasarkan pesanan dari konsumen. Apabila konsumen ingin memesan kue, konsumen dapat melakukan pemesanan melalui pesan whatsapp ke pemilik Griya Kue Anne Tulungagung. Selama ini sistem pemasaran yang dilakukan oleh Griya Kue Anne Tulungagung adalah dari mulut ke mulut dan biasanya berdasarkan hubungan pertemanan pemiliknya. Melihat kondisi manajemen pemasaran seperti ini, menyebabkan jumlah produksi yang tidak menentu setiap harinya (Yuli Prasetyo et al., 2022).

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain (Aulianita et al., 2022). Dalam upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Griya Kue Anne Tulungagung, diperlukan solusi yang tepat sehingga target yang diinginkan dapat tercapai (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Solusi yang dapat dilakukan untuk hal tersebut adalah dengan implementasi teknologi untuk melakukan pemasaran (Pranoto et al., 2019). Maka dari itu, akan dilaksanakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan untuk manajemen

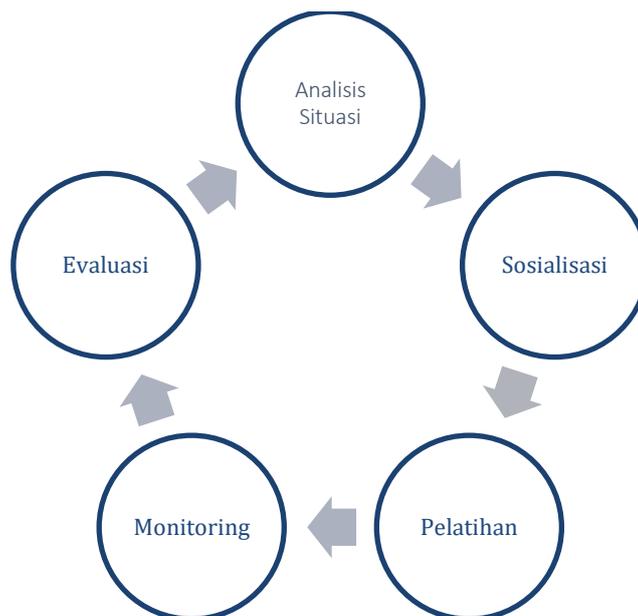
pemasaran produk Griya Kue Anne Tulungagung menggunakan media sosial dan website (Ratniasih & Nugraha, 2020). Manajemen pemasaran produk Griya Kue Anne Tulungagung berbasis di digital ini nantinya berisi fitur agar pelanggan dapat melihat katalog produk dan melakukan pemesanan produk Griya Kue Anne Tulungagung (Hendayanti et al., 2021). Strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dan website dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan perusahaan di mata masyarakat (Abdurrahman et al., 2020).

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka yang menjadi permasalahannya yaitu antara lain :

1. Pengetahuan mitra tentang manajemen pemasaran masih kurang
2. Kurang dapat memaksimalkan perkembangan teknologi dan informasi

METODE

Kegiatan awal akan dilakukan sosialisasi kegiatan kepada mitra berkaitan dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan dan tidak melupakan protokol kesehatan, karena kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada masa pandemi covid-19. Dalam sosialisasi akan diberikan target dan tujuan kegiatan kepada mitra. Persiapan pelatihan dilakukan dengan mempersiapkan materi dan website yang akan diberikan kepada mitra (Nita et al., 2022). Disamping itu juga, akan dilakukan pelatihan untuk menggunakan website pemasaran pada Griya Kue Anne Tulungagung. Mulai dari pengenalan fitur sampai dengan penggunaan fitur pada website kepada mitra. Selain itu, tim pengabdian melakukan monitoring pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi kegiatan akan dilaksanakan setelah mitra menggunakan website yang diberikan untuk melihat tingkat pemahaman mitra dalam menggunakan website (Welnof Satria et al., 2021). Kegiatan terakhir yaitu pelaksanaan pendampingan yang akan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang ditentukan.



Gambar 1. Metode Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan pada Griya Kue Anne Tulungagung menghasilkan beberapa luaran yang langsung dapat dirasakan oleh mitra penerima program diantaranya adalah pembuatan website sebagai salah satu langkah awal untuk mengelola informasi dan memasarkan produk dari Griya Kue Anne. Perkembangan zaman yang semakin tidak terbelah mengharuskan sumber daya manusia menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Dalam pelatihan ini para peserta dilatih untuk dapat membuat konten yang menarik dalam membuat penawaran barang dalam bentuk digital, kemudian di arahkan untuk memasarkan barang tersebut melalui website. Keberadaan pelatihan ini dilakukan untuk mengedukasi mitra terkait pengelolaan website dan sistem pemasaran melalui website. Website ini menjadi salah satu sarana bagi Griya Kue Anne untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 2. Tampilan Beranda Website

Pelatihan ini diawali dengan tahap persiapan dimana tim pengabdian melakukan rapat koordinasi dengan mitra. Pada kegiatan berikutnya tim pengabdian melakukan sosialisasi tentang kebermanfaatan website bagi Griya Kue Anne untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualan. Pemasaran melalui website tersebut diharapkan dapat menunjang peningkatan penjualan dari griya kue anne, dimana sebelumnya promosi hanya dilakukan melalui *word of mouth* dan jangkauan pemasaran hanya sedikit, namun dengan adanya website tersebut jangkauan pemasaran dapat meluas, sehingga peningkatan penjualan dapat terjadi. Pada tahap berikutnya, tim pengabdian melakukan pengenalan mengenai website beserta fitur-fitur yang dapat digunakan dalam website. Tim pengabdian memberikan arahan kepada mitra tentang cara membuat iklan dan memposting produk yang akan dijual secara online, serta mengelola pesan pelanggan.



Gambar 3. Pelatihan website bersama mitra

Selain itu, tim pengabdian juga melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan, sehingga mitra dapat menjalankan website untuk usahanya dengan baik.

SIMPULAN

Pelatihan pengelolaan website dibutuhkan dalam menunjang pemasaran produk bagi Griya Kue Anne. Dengan adanya hal tersebut pemilik usaha memiliki pengetahuan dan ketrampilan mengenai teknologi informasi khususnya dalam mengelola website sebagai salah satu media pemasaran. Keberadaan website akan dapat menekan biaya promosi yang biasanya menggunakan media promosi cetak, seperti: brosur, katalog, iklan majalah dan lain-lain yang membutuhkan biaya yang tinggi. Selain itu toko online memiliki jangkauan yang luas untuk menjangkau calon pembeli. Adanya website ini akan membantu pengembangan pemasaran usaha dan dapat meningkatkan penjualan.

SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, tim pengabdian menyampaikan beberapa saran diantaranya adalah bagi pengabdian selanjutnya diharapkan dapat memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran melalui marketplace dan social media, sehingga mitra dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pemasarannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih banyak kepada civitas akademika, LP3M Universitas Kadiri dan seluruh pihak-pihak terkait atas dukungan dan kesempatan yang diberikan untuk menulis dan mempublikasikan penelitian ini untuk perhatian Anda. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Wahyu, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Management*, 1(2), 88–92.
- Andri, A., #1, H., Nurina, B., #2, S., Nur, T., & #3, P. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2). <https://www.youtube.com/watch?v=LSDBpMSX40c>.
- Aulianita, R., Nisa, K., Rakhmah, S. N., & Yunita, N. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Sederhana Dalam Pemasaran Produk dengan Aplikasi Joomla Bagi UMKM LPM Rempoa. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 6(1), 199–204. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v6i1.3544>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hendayanti, N. P. N., Novianti, K. D. P., & Pratiwi, L. P. S. (2021). Pelatihan Manajemen Pemasaran Berbasis Website pada Usaha Kue Wecakee Denpasar. *ADMA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 45–52. <https://doi.org/10.30812/adma.v2i1.1287>
- Nita, S., Nugrahanti, F., & Primawan, F. (2022). Pelatihan Aplikasi Pemasaran dan Penjualan Produk UMKM Berbasis Website Training of Marketing and Sales Applications for UMKM Product Based Website. *Jurnal Suara Pengabdian*, 45(2). <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/sabda>
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>
- Rahmat, F., Bukit, A., Geby, G., Irvan,), Fahmi,), & Teknik, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk Umkm Untuk Pengembangan Pemasaran Dan Promosi Produk Kuliner Website Creation Product Catalog MSMEs For Marketing And Promotion Development Of Culinary Products 1). www.imosumut.com.
- Ratniasih, N. L., & Nugraha, D. H. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan Pada Toko Bahan Kue. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 6–12. <https://doi.org/10.31334/jks.v3i1.963>
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Welnof Satria, Zelvi Gustiana, & Jhon Simon. (2021). Pembuatan dan Pelatihan Web Sebagai Media Promosi pada UMKM Wedding Organizer Putri Hantaran Medan. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 39–47. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i2.630>
- Yuli Prasetyo, D., Yunita, F., Bindas, A., & Studi Sistem Informasi, P. (2022). Pelatihan Dan Pembuatan Website E-Commerce Pada UMKM Mudokufood Tembilahan. *Communnity Development Journal*, 3(2).