

Perancangan Aplikasi Promosi dan Pemasaran Produk pada UMKM Tyara Craft Berbasis Web

Budi Gunawan¹, Sri Mulyani², Fajar Nugraha³

¹Program Studi Teknik Elektro, Universitas Muria Kudus

²Program Studi Manajemen, Universitas Muria Kudus

³Program Studi Sistem Informasi, Universitas Muria Kudus

³fajar.nugraha@umk.ac.id

Received: 3 Juni 2022; Revised: 3 Agustus 2022; Accepted: 10 September 2022

Abstract

In the current era of industrialization, of course, requires organizations to always move quickly to adapt to the development of information technology. The application of information technology in promotional and marketing activities is one way for a business to help introduce its products to the public. Tyara Craft is an MSME engaged in the creative industry in the Pati area from Sarirejo village. Tyara Craft is an UKM Tyara Craft which utilizes waste materials, namely 'corn cobs' which are produced into various handicraft items that have high economic value. At this time the method of promotion and marketing of handicraft products is still done conventionally by making product catalog brochures, so it needs to be developed with the application of information technology facilities in the form of website applications in order to expand the scope of promotion and marketing of products produced by MSME Tyara Craft. In making this product promotion and marketing website application, it is carried out in four stages, namely: data collection, application design, mentoring and evaluation of activities. The final result obtained is the formation of a website application to expand the scope of promotion and marketing of Tyara Craft MSME products.

Keywords: *promotion; marketing; product; MSME*

Abstrak

Pada era industrialisasi saat ini tentunya menuntut organisasi untuk senantiasa bergerak cepat untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi. Penerapan teknologi informasi pada kegiatan promosi dan pemasaran merupakan salah satu cara bagi sebuah usaha untuk membantu memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat. Tyara Craft merupakan UMKM yang bergerak dalam industri kreatif di daerah Kabupaten Pati dari Desa Sarirejo adalah UKM Tyara Craft yang memanfaatkan bahan limbah yaitu 'bonggol jagung' yang diproduksi menjadi aneka barang kerajinan yang mempunyai nilai ekonomis tinggi. Pada saat ini metode promosi dan pemasaran produk kerajinan tersebut masih dilakukan secara konvensional dengan pembuatan cetak brosur katalog produk sehingga perlu dikembangkan dengan penerapan sarana teknologi informasi dalam bentuk aplikasi website guna memperluas cakupan promosi dan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM Tyara Craft. Dalam pembuatan aplikasi website promosi dan pemasaran produk ini dilaksanakan dengan empat tahapan, yaitu: pengambilan data, perancangan aplikasi, pendampingan serta evaluasi kegiatan. Hasil akhir yang diperoleh adalah terbentuknya aplikasi website guna memperluas cakupan promosi dan pemasaran produk UMKM Tyara Craft.

Kata Kunci: *promosi; pemasaran; produk; UMKM*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era industrialisasi saat ini tentunya juga turut serta berperan dalam perkembangan dunia usaha. Perkembangan teknologi informasi juga dapat diketahui dengan semakin pentingnya nilai informasi dan kualitas data di dalam berbagai aspek bidang kehidupan (Alandari, 2013).

Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk-produk yang dihasilkan dalam dunia usaha tersebut yang ditawarkan melalui media berbasis teknologi informasi baik melalui situs website maupun penjualan melalui market place. Situs website selain dapat digunakan sebagai sarana promosi sebuah produk juga dapat dimanfaatkan sebagai media perluasan pemasaran suatu produk. Kegiatan promosi sebagai salah satu komponen dari pemasaran memiliki nilai yang penting dalam memberikan informasi dalam mengkomunikasikan suatu produk (Putri & Safri, 2015).

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting sebagai penggerak roda perekonomian nasional (Adipura, Witjaksono, & Wiyogo, 2015). Dominasi UMKM pada pelaku usaha nasional tentunya memberikan kesempatan kepada terciptanya lapangan kerja salah satunya di bidang industri kreatif. UMKM Tyara Craft yang didirikan pada tahun 2017 adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang industry kreatif yang berlokasi Kabupaten Pati. UMKM di Kabupaten Pati ini merupakan UMKM yang cukup unik, karena memproduksi produk dengan memanfaatkan limbah bonggol jagung untuk dikreasikan menjadi suatu kerajinan yang mempunyai nilai ekonomis yang lebih tinggi.

Proses promosi dan pemasaran produk yang dihasilkan di UMKM Tyara Craft selama ini masih dilaksanakan secara konvensional melalui tempat pemasaran di pasar cenderamata, dengan media promosi dalam bentuk buku katalog ataupun pemasaran secara langsung di kios tempat produksi berada. Proses pemasaran tersebut tentunya kurang optimal mengingat produk yang dihasilkan

oleh UMKM Tyara Craft adalah produk kreatif yang merupakan kreasi kerajinan tangan yang unik sehingga dimungkinkan dapat menarik perhatian pembali di luar Kabupaten Pati itu sendiri.

Beberapa faktor yang melatarbelakangi penerapan teknologi informasi pada UMKM yakni produk dapat diakses oleh pasar global, sebagai media promosi produk, mendekatkan dengan pelanggan, membantu dalam mempercepat komunikasi, dapat membangun citra produk serta untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan penerapan teknologi informasi pada proses promosi dan pemasaran produk tersebut dimungkinkan cakupan promosi dan pemasaran produk UMKM Tyara Craft tidak hanya cakupan lokal di kabupaten Pati tetapi dapat diakses oleh konsumen tanpa batasan ruang dan waktu.

Memperhatikan kondisi mitra saat ini yang masih menerapkan metode pemasaran secara konvensional, tentunya dapat dikembangkan dengan penerapan teknologi informasi untuk membantu dalam proses promosi dan pemasaran melalui implementasi website.

Website merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk memberikan informasi melalui akses internet. Sebuah website juga dapat berfungsi dalam proses transaksi, sebuah website dapat menjadi sarana untuk bertransaksi bisnis, baik dalam bentuk barang, jasa ataupun yang lainnya (Suyanto, 2013).

Manfaat lain dalam penerapan website adalah meningkatnya mutu layanan yang memudahkan penyebaran informasi untuk dapat diakses oleh pengguna secara online (Wijayanto, Raharja, & Prabowo, 2021).

Sehubungan dengan keterbatasan proses promosi dan dan pemasaran produk UMKM Tyara Craft tersebut tim pengabdian masyarakat akan memberikan solusi dengan mengimplementasikan teknologi informasi (website) dalam membantu untuk memperluas cakupan area promosi dan pemasaran produk UMKM Tyara Craft.

Metode yang diimplementasikan dalam kegiatan program pengabdian masyarakat ini dengan melakukan penerapan serta pelatihan

Perancangan Aplikasi Promosi dan Pemasaran Produk pada UMKM Tyara Craft Berbasis Web

Budi Gunawan, Sri Mulyani, Fajar Nugraha

penggunaan website sebagai solusi untuk mengatasi keterbatasan area promosi dan pemasaran produk kerajinan bonggol jagung pada UMKM Tyara Craft.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pada Pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi beberapa tahapan, antara lain:

Analisa dan Perancangan Kebutuhan

Pada tahapan ini dilaksanakan identifikasi dan penggalian permasalahan, data-data yang ada serta kebutuhan luaran yang diperlukan mitra. Kegiatan ini dilakukan dengan wawancara secara langsung serta peninjauan observasi kepada mitra untuk mengetahui kendala yang dihadapi serta kemungkinan solusi yang akan diberikan melalui penerapan teknologi informasi.

Pengembangan Sistem

Pada tahapan ini dilaksanakan pembuatan media promosi dan pemasaran berbasis website sesuai dengan kebutuhan mitra. Pada tahapan ini juga dilakukan uji penggunaan modul serta proses pada saat sistem dijalankan.

Penerapan Sistem

Pada tahap ini dilakukan kegiatan implementasi pada kondisi online serta dilakukan pengujian ulang untuk memastikan sistem telah berjalan secara baik dan sesuai dengan perencanaan baik saat diakses oleh sejumlah pengguna.

Pelatihan Mitra

Setelah sistem (website) dinyatakan siap, maka dilaksanakan pelatihan operasional website kepada pengguna dalam hal ini adalah pemilik UMKM Tyara Craft.

Evaluasi

Pada tahapan ini dilaksanakan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas proses implementasi teknologi informasi (website) yang digunakan untuk proses promosi dan pemasaran produk.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pelaksanaan kegiatan yang telah dicapai pada setiap tahapan kegiatan antara lain sebagai berikut:

Kebutuhan data dan informasi

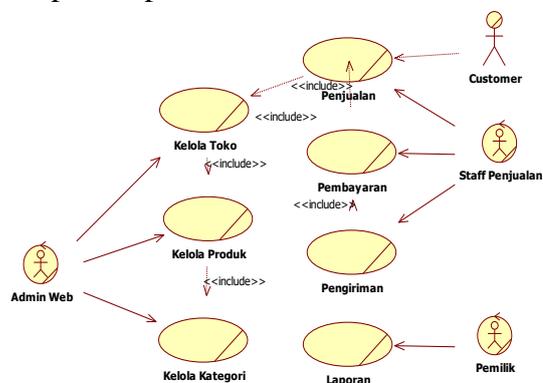
Pada proses pengembangan website untuk proses promosi dan pemasaran pada UMKM Tyara Craft terdapat kebutuhan data dan informasi antara lain profil umkm, kategori, produk, galeri, informasi pembelian, pembayaran dan pengiriman produk serta informasi kontak.

Perancangan sistem

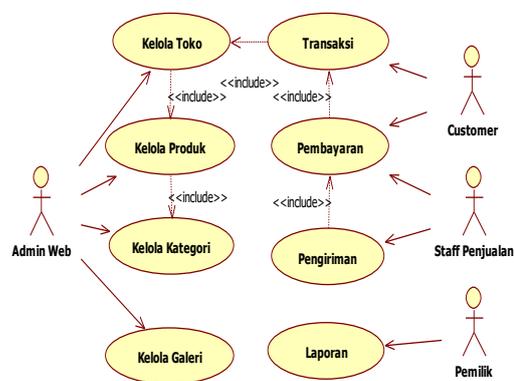
Perancangan sistem yang dipergunakan untuk mengembangkan website promosi dan pemasaran produk ini menggunakan *Unified Modelling Language (UML)*. *Unified Modelling Language* merupakan bahasa visual yang dapat dipergunakan untuk pemodelan dan komunikasi dalam pengembangan sebuah sistem dengan mempergunakan gambaran diagram serta teks pendukung (Sukanto & Shalahuddin, 2018).

1. Bisnis Use Case

Proses bisnis yang terdapat pada pengembangan website promosi dan pemasaran pada UMKM Tyara Craft disampaikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Bisnis Use Case



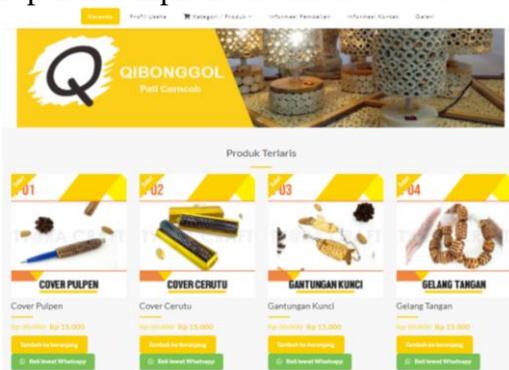
Gambar 2. Sistem Use Case

2. Sistem Use Case

Diagram Sistem *Use Case* akan memberikan gambaran atau penjelasan mengenai siapa saja yang akan terlibat dalam operasional sistem (Aktor) serta apa yang akan dikerjakan oleh sistem (*Use Case*). Pada Gambar 2 adalah diagram Sistem *Use Case*.

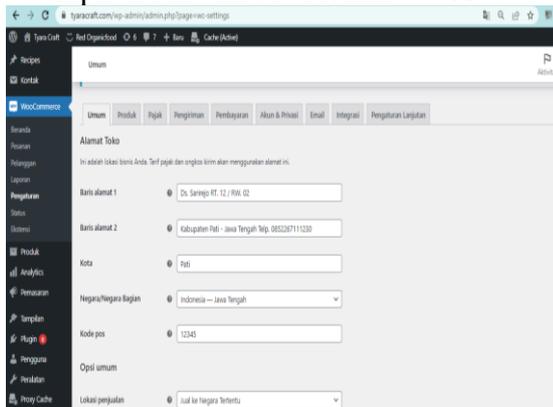
3. Tampilan Antarmuka Website

Implementasi antar muka dari aplikasi website promosi dan pemasaran produk pada UMKM Tyara Craft diawali dengan tampilan berbagai informasi yang terkait dengan informasi profil usaha, kategori produk, informasi pembelian, informasi kontak serta galeri. Calon konsumen dapat melakukan pemilihan produk melalui halaman beranda serta pada halaman kategori produk. Gambar 3 merupakan tampilan antarmuka website.



Gambar 3. Tampilan Antarmuka

4. Tampilan Antarmuka Admin Website



Gambar 4. Tampilan Antarmuka Halaman Admin Website

Untuk melakukan pengelolaan website promosi dan pemasaran produk pada UMKM Tyara Craft dapat diakses pada halaman admin. Halaman ini dapat digunakan oleh

pengelola web untuk melakukan pengelolaan produk serta konfigurasi web pada menu yang telah disediakan. Gambar 4 merupakan tampilan antarmuka website.

Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan kepada mitra guna memastikan implementasi program yang diberikan kepada mitra pengabdian, UMKM Tyara Craft dapat memberikan solusi kepada mitra yakni dapat membantu dalam perluasan promosi dan pemasaran produk. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode tutorial secara langsung kepada mitra serta melalui metode diskusi. Pelaksanaan pendampingan dengan metode tutorial ini dilaksanakan kepada mitra yang akan melakukan pengelola web UMKM Tyara Craft. Pada kegiatan pendampingan ini diberikan tutorial dalam melakukan pengelolaan serta konfigurasi web.

Pada metode diskusi dilaksanakan setelah kegiatan pendampingan selesai dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan kesempatan kepada mitra apabila terdapat perihal yang belum dikuasai atau dipahami dalam kegiatan operasional pengelolaan website sehingga mitra UMKM Tyara craft telah dapat dipastikan mampu secara mandiri untuk mengoperasikan website promosi dan pemasaran. Gambar 5 merupakan salah satu kegiatan dalam pendampingan kepada mitra.



Gambar 5. Kegiatan Pendampingan Bersama Mitra

Evaluasi

Tahap evaluasi ini dilaksanakan untuk mengetahui dampak pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan kepada mitra. Pada kegiatan ini dilakukan evaluasi terhadap manfaat kegiatan pengabdian masyarakat yang diperoleh mitra meliputi peningkatan penjualan produk,

Perancangan Aplikasi Promosi dan Pemasaran Produk pada UMKM Tyara Craft Berbasis Web

Budi Gunawan, Sri Mulyani, Fajar Nugraha

perluasan lokasi pemasaran produk setelah penerapan media pemasaran berbasis website, serta peningkatan keterampilan pengelolaan promosi dan pemasaran produk secara online. Melalui penerapan media pemasaran berbasis website ini dapat memberikan peningkatan penjualan dan perluasan pemasaran produk UMKM Tyara Craft.

D. PENUTUP

Simpulan

Dalam rangka untuk memperluas cakupan promosi dan pemasaran suatu produk dapat dikembangkan suatu media promosi dan pemasaran berbasis teknologi informasi. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra UMKM Tyara Craft ini bertujuan untuk memperluas cakupan promosi dan pemasaran produk melalui penerapan aplikasi website. Kegiatan yang dilakukan bersama mitra pengabdian terbagi menjadi 3 tahapan kegiatan yaitu: pengambilan data, perancangan aplikasi, pendampingan serta evaluasi kegiatan. Capaian program ini adalah meningkatnya pengetahuan mitra dalam menggunakan bantuan sarana teknologi informasi untuk membantu dalam pemasaran produk serta terbentuknya aplikasi website guna memperluas cakupan promosi dan pemasaran produk UMKM Tyara Craft.

Saran

Penguasaan teknologi informasi pada mitra dapat senantiasa ditingkatkan sehingga dapat mengimplementasikan media-media promosi seperti *online marketplace*, *facebook ads*, *whatapps business* serta pemasaran berbasis teknologi informasi yang lain sehingga dapat semakin memperluas cakupan wilayah promosi dan meningkatkan pemasaran produk UMKM Tyara Craft.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan serta Universitas Muria Kudus yang telah memberi dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui hibah PPPUD tahun 2022.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adipura, Y., Witjaksono, R. W., & Wiyogo, M. (2015). Perancangan Order Management System Berbasis Web Application pada UMKM dengan Menggunakan Metode Waterfall. *eProceedings of Engineering*, 2(1), 1077-1082.
- Alandari, F. (2013). Peran Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Lingkungan Kantor Bupati Kabupaten Berau. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, 1 (1), 182-194.
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2), 298-321.
- Riyoko, S., Lofian, B. (2020). Model Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Jepara. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(2), 113-120. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i2.482>.
- Sukanto, & Shalahuddin, A. (2018). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika .
- Suyanto, M. (2013). *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Wijayanto, H., Raharja, B. D., & Prabowo, I. A. (2021). Perancangan Aplikasi Mobile Berbasis Android untuk Meningkatkan Promosi Produk pada CV Putra Nugraha. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 12(3), 473-476. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.7248>.