

PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN KERUPUK UMKM RIZKY RIDHO

Neni Sumarni ¹, Enjang Suherman ², Suroso³

Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana
Perjuangan Karawang

¹neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id

²enjangsuherman@ubpkarawang.ac.id

³suroso@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Permasalahan utama pada UMKM Rizky Ridho adalah pada pemasarannya. Jangkauan pemasaran yang dilakukan oleh UMKM ini masih terbatas dan belum meluas. Salah satunya pemasaran produk yang hanya dijual di daerah Pasirawi. Penjual UMKM Pasirawi kerupuk kering mempunyai keinginan untuk memperluas penjualan produknya, namun karena minimnya pengetahuan teknologi, penjualan produk kerupuk kering masih sebatas di kota itu saja. Keterbatasan pemasaran produk menjadi kendala dalam meningkatkan omset penjualan dan penjualan yang masih dilakukan secara manual yang akan berdampak buruk sehingga menghambat proses penjualan. Tujuan khusus dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian ini di Desa Pasirawi Kecamatan Rawamerta adalah membantu pemerintah desa dalam membangkitkan ekonomi kerakyatan pada pelaku UMKM yang terdampak akibat pandemi COVID-19 berbasis website atau toko online. Pada analisa kebutuhan, sasaran objek penelitian ini merupakan pemilik dari UMKM Rizky Ridho. Selanjutnya, Analisa ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan studi dokumentasi, studi kepustakaan, dan observasi yang dilakukan sebelumnya. Menghasilkan sebuah temuan untuk membantu mengembangkan penjualan menggunakan teknik pemasaran secara online yang dapat mencapai cakupan pasar tingkat nasional. Hasil dari adanya toko *online* ini, mampu mengatur semua kegiatan penjualan produk dan dapat meningkatkan penjualan produk hingga luar daerah.

Kata kunci: *Website, Kerupuk Kering, UMKM, Online.*

Abstract

The main problem with Rizky Ridho's UMKM is marketing. The reach of marketing carried out by MSMEs is still limited and not yet widespread. One of them is the marketing of products that are only sold in the Pasirawi area. The SME sellers of Pasirawi dry crackers have a desire to expand their product sales, but due to the lack of technological knowledge, sales of dry crackers are still limited to that city. The limitations of product marketing are an obstacle in increasing sales turnover and sales which are still done manually which will have a bad impact so that it hampers the sales process. The specific purpose of implementing this Service activity in Pasirawi Village, Rawamerta District, is to assist the village government in generating a populist economy for MSME actors affected by the COVID-19 pandemic based on websites or online stores. In the needs analysis, the target object of this research is the owner of MSME Rizky Ridho. Furthermore, this analysis uses qualitative methods based on documentation studies, literature studies, and previous observations. Generate an invention to help develop sales using online marketing techniques that can reach national level market coverage. The result of the existence of this online store, is able to manage all product sales activities and can increase product sales to outside the region.

Keywords: *Website, Dry Crackers, SMEs, Online*

Karawang, 28 Februari 2023

PENDAHULUAN

Sejalan dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, internet yang mengarah ke dunia maya, tampaknya mengendalikan semua aktivitas di permukaan bumi, dan secara umum akan menjadi alat untuk daya saing. Bahkan, banyak pengguna internet yang mencari ilmu di ranah pendidikan, agama, kesehatan, olahraga, periklanan, bahkan bisnis. Salah satu aspek yang paling menarik dari kemajuan teknis saat ini adalah munculnya internet. Kemudahan internet, serta kecanggihan teknologi mampu memberikan efek kemudahan dalam mnejalankan sebuah usaha. UMKM merupakan salah satu usaha menengah pun mulai mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi dan internet. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan nya menjadi dasar dalam mengembangkan dan menjalankan usaha nya.

Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat yang kami laksanakan di desa Pasirawi dengan mengkhususkan pada pendampingan di UMKM Rizky Ridho. Usaha ini merupakan produksi kerupuk yang dimiliki oleh bapak Jajang.

Berbagai masalah penjualan yang terjadi ditemui pada UMKM Rizky Ridho, Salah satunya pemasaran produk yang hanya dijual didaerah Pasirawi. Penjual UMKM Pasirawi kerupuk kering mempunyai keinginan untuk memperluas penjualan produknya, namun karena minimnya pengetahuan teknologi, penjualan produk kerupuk kering masih sebatas di kota itu saja. Keterbatasan pemasaran produk menjadi kendala dalam meningkatkan omset penjualan dan penjualan yang masih dilakukan secara manual yang akan berdampak buruk sehingga memperlambat proses penjualan

E-Commerce merupakan kegiatan jual beli yang berlangsung secara *online* dengan bantuan teknologi informasi yang diakses melalui *website* dan perangkat bergerak yang terhubung dengan jaringan telekomunikasi. Konsumen, baik konsumen *business-to-consumer* (B2C) maupun *business-to-business* (B2B), dapat merasakan dampak dari teknologi *E-Commerce*. Salah satu alasan mengapa perusahaan saat ini menggunakan *E-Commerce* adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka. *E-Commerce* diklaim dapat meningkatkan efisiensi karena dapat mengurangi biaya pemasaran, tenaga kerja, dan overhead. Selain itu, ini meningkatkan efisiensi karena dukungan internet untuk *E-Commerce* memungkinkan bisnis mengakses *audiens* yang lebih luas dan lebih cepat. Hal ini dimungkinkan karena bisnis dapat mengoperasikan toko *virtual* 24 jam sehari, tujuh hari seminggu dengan menyajikan informasi produk dan prosedur pembelian *online* di situs *web* Karawang, 28 Februari 2023

mereka. Konsumen juga diuntungkan, hemat biaya penginapan dan dimudahkan dengan informasi spesifikasi produk dan tampilan grafis yang cantik, bahkan bisa dilengkapi dengan animasi dan film tentang barang tersebut (Mumtahana, Hani Atun, Nita & Tito, 2017).

Tujuan akhir dari pengabdian ini adalah melakukan pendampingan pembuatan website e-commerce untuk memasarkan produk kerupuk UMKM Rizky Ridho.

ANALISIS SITUASI

Permasalahan

Masalah utama yang dihadapi adalah lemahnya promosi dan pemasaran sehingga proses penjualan belum dirasakan secara maksimal meski penjualan sudah dijalankan setiap hari. Pemasaran masih secara konvensional sehingga pemasaran masih di daerah saja belum mampu terakses keseluruhan wilayah. Belum adanya promosi dan kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi online yang efektif.

Tantangan

Kendala dan tantangan yang dihadapi tidak hanya pada proses pemasaran namun juga pada proses penggunaan teknologi dalam memasarkan serta mempromosikan produk kerupuk. Minimnya pengetahuan teknologi dan penggunaan alat tersebut sehingga memberikan kendala dalam memasarkan secara digital dan mempromosikan secara online pada media sosial sehingga UMKM Rizky Ridho masih terbatas pengembangan usahanya.

Target Kegiatan

Harapan dan target kegiatan dari pengabdian ini adalah, dapat meningkatkan penjualan, memberikan promosi serta pendampingan dalam pembuatan web pemasaran produknya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari dua tahap ;

1. Tahap pertama adalah Identifikasi Masalah

Dengan kata lain, identifikasi masalah adalah suatu proses yang dapat dipandang sebagai langkah penting di antara fase-fase proses lainnya, dan hasil dari identifikasi masalah atau inventarisasi masalah adalah identifikasi masalah. Tahap identifikasi masalah berlangsung sebelum kegiatan disampaikan. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai masalah dan kendala di lapangan. Setelah diketahui apa masalah utama dan kendalanya kemudian peneliti mencoba

menyelesaikan nya dengan pemberian pemahaman terlebih dahulu. Menjelaskan apa saja yang harus diselesaikan seperti pemahaman terkait penggunaan teknologi dan manfaatnya.

2. Tahap Kedua adalah Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Website

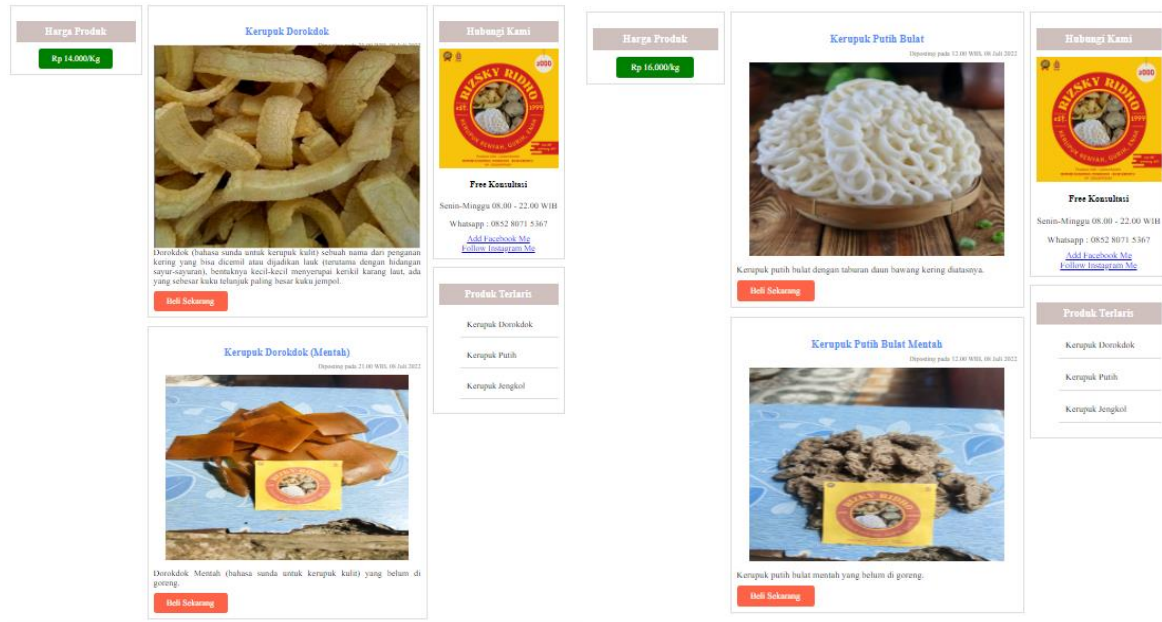
Kegiatan yang dilakukan pada tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

- a. Pembangunan *Website* toko *online* dengan nama Kerupuk Basah Rizsky Ridho dan kebutuhan fungsi *website* yang dibangun berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha.
- b. Penyusunan katalog produk dimulai dari foto produk, harga produk, dan sebagainya.
- c. Pengujian *website* yang dilakukan setelah *system* berhasil di bangun.
- d. Pelatihan bagi *customer* dalam menjalankan *website* toko *online*

Semua informasi yang berkaitan dengan *customer* mulai dari Home, Semua Produk dan profil. Dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan Halaman Utama Website



Selain itu ada juga informasi tentang *customer* serta halaman untuk calon pelanggan melakukan transaksi. Hal ini bertujuan untuk mempermudah calon pembeli mengetahui informasi lebih lanjut tentang *customer* seperti asal dan alamat serta melakukan transaksi dengan tujuan yang jelas. Berikut merupakan lampiran profil penjual dan proses transaksi terdapat pada Gambar 2.

Promo Kami

Dapatkan sekarang juga produk terbaru dari toko online kami sebelum kehabisan.

[Semua Produk](#)

Selamat Datang Di Toko Online Kami

Selamat datang dan terima kasih banyak atas kunjungan Anda di toko online kami. Sangat menghormati bagi kami, jika Anda datang ke toko ini dan bisa memperoleh banyak hal yang bermanfaat.

PROFIL PENGUSAHA
Nama pemilik : JAJANG ARYANTO
Alamat pengusaha : Dusun samur handung, Desa Pasirawi Rawamerta
Tempat tanggal lahir : CIAMIS, 05-09-1982

PROFIL USAHA
Nama Usaha : "RIZSKY RIDHO"
Jenis Usaha : Aneka kerupuk
Alamat Usaha : Dusun samur handung, Desa Pasirawi Rawamerta

Aneka kerupuk Rizsky Ridho
lihat foto lebih besar



Tahun berdiri : 1999
Jumlah Karyawan : 8 orang
Harga perkilogram : Rp. 14.000,- sampai Rp. 16.000,-
Kemasan Plastic Rp. 2.000,-

Prinsip Usaha :
=> Bersaha memulai usaha dari hal yang kecil untuk kemudian dapat dikembangkan menjadi usaha yang besar
=> Kesederhanaan dalam artian disini bahwa usaha ini dijalankan belum mengutamakan kemasan yang eksklusif, namun lebih kepada isi kemasan
=> Mengutamakan kualitas produk. Kualitas yang paling utama tentunya adalah kesehatan dan gizi produk

Sejarah Usaha :
Produksi di mulai pada tahun 1999 beroperasi di Subang, dan memiliki 3 cabang
1. Subang
2. Cilamaya
3. Karawang
Awalnya saya mengikuti kakak saya menjadi karyawan di Subang, dan Akhirnya bisa membuka usaha sendiri di Cilamaya namun saat itu hanya jenis kerupuk bulat putih, Kemudian 2014 saya membuka cabang di Karawang hingga sekarang dan menambah varian jenis kerupuk baru yaitu kerupuk Dorokdok dan Jengkol.

Salam Sukses

[Rizsky Ridho Team](#)
KKN UHP 2022 Desa PasirAwi

Hubungi Kami



Free Konsultasi
Senin-Minggu 08.00 - 22.00 WIB
Whatsapp : 0852 8071 5367
[Add Facebook Me](#)
[Follow Instagram Me](#)

Gambar 2. Profil Penjual dan Proses Transaksi

Proses terakhir pelaksanaan pengabdian ini adalah dilakukan pelatihan penggunaan *website* toko *online* kepada *customer*. Tahapan dari kegiatan ini adalah *customer* diberikan pelatihan dengan pendampingan selama yang dibutuhkan untuk *customer* agar dapat mengoperasikan *website* dengan baik serta penggunaan sejumlah fitur yang ada di *website* tersebut. Pelatihannya meliputi: tahapan posting produk atau memperbaharui informasi hingga pengelolaan transaksi *online*. Selain itu peserta pelatihan juga diberikan pendampingan bagaimana memanfaatkan gadget untuk dapat mengakses sebuah *website*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembuatan *website* ini diharapkan dapat mempromosikan usaha *customer* sehingga dapat dikenal secara luas dan pada akhirnya meningkatkan omset *customer*. Berikut merupakan hasil pendampingan yang diharapkan:

Karawang, 28 Februari 2023

1. Dengan adanya *Website* Rizsky Ridho. Diharapkan Transaksi penjualan barang secara *online* menjadi lebih mudah dan cepat.
2. *Website* penjualan produk Rizsky Ridho yang telah dibuat, Diharapkan dapat digunakan dengan baik dan terintegrasi, sehingga memudahkan admin dalam menjalankan proses penjualan *online* pada *Website* Rizsky Ridho.
3. Dengan dibuatnya *website* penjualan tersebut, akan memudahkan admin untuk berdiskusi dengan konsumen yang berada di luar Kabupaten Karawang.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136.
- I Made Adi Pranata, G. S. D. (2018). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 15–18.
- Irawan, P. L. T., Kestrilia Rega Prilianti, & Melany. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E-Commerce di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal SOLMA*, 9(1), 33–44. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347>
- Jaidan, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*, 3(1), 6–15.
<http://journals.ums.ac.id/index.php/khif/article/view/3309/2784>
- Marlen. D.R. & et al. 2021. “PENGEMBANGAN WEBSITE UNTUK PEMASARAN PRODUK KERUPUK BASAH ASHIFA DI KABUPATEN PUTUSIBAU”. KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia.