



Pengembangan dan Promosi *E-Commerce* UKM Jaya Makmur Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Produk Kerajinan Bambu

I Putu Dody Lesmana^{#1}, Didit Rahmat Hartadi^{#2}
[#]Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember
Jalan Mastrip 164 Jember 68101

¹dody@polije.ac.id

²didit.rahmat.hartadi@gmail.com

Abstract

Pemasaran merupakan kunci utama keberhasilan UKM Jaya Makmur untuk terus bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan usaha. Selama ini pemasaran produk kerajinan bambu UKM Jaya Makmur masih terbatas di lingkungan Jember dan Banyuwangi sehingga diperlukan usaha memperluas jaringan pemasaran untuk meningkatkan omzet penjualan tetapi dengan biaya operasional yang rendah. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini diterapkan pemasaran online melalui pembuatan web *e-commerce* sebagai solusi permasalahan yang dihadapi oleh UKM Jaya Makmur. Promosi web *e-commerce* UKM Jaya Makmur dilakukan dengan penerapan tiga strategi yaitu SEO, SMO, dan SEM. Keberhasilan penerapan strategi promosi online yang telah dilakukan ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah pemesanan secara online dari awal peluncuran web *e-commerce* UKM Jaya Makmur pada bulan Oktober 2016 sampai dengan bulan Nopember 2016 dan pengukuran nilai SEO sebesar 68% dari situs StatsCrop.com.

Keywords— Kerajinan bambu, *e-commerce*, SEO, SMO, SEM

I. PENDAHULUAN

Aplikasi bisnis *e-commerce* merupakan sebuah aplikasi yang harus mempunyai hal unik, tampilan yang menarik, mudah ditemukan oleh pengguna media internet. Bisnis yang dijalankan pun haruslah mempunyai sesuatu yang berbeda dengan pesaing bisnisnya, sehingga sebelum membuat aplikasi *e-commerce* hendaknya mencari tahu dulu apa dan bagaimana pesaing bisnis menjalankan bisnisnya [1]. Pelayanan dalam bisnis *e-commerce* ini menjadi hal penting dan juga dapat menjadi pembeda dengan pesaing bisnisnya. Sebuah website *e-commerce* yang menawarkan produk kerajinan dari bambu harus selalu menjaga kualitas bahan baku bambu, pewarnaan, desain produk, dan kemudahan komunikasi dengan pembeli jika mereka ingin terus dapat berbisnis dalam bidang tersebut [2].

Promosi terhadap produk merupakan pendorong agar bisnis menggunakan aplikasi *e-commerce* terus dapat berjalan. Promosi dapat dilakukan melalui mesin pencarian maupun menggunakan jejaring sosial dengan beberapa metode yang dapat diterapkan [3,4,5]. Perangkat lunak yang mendukung pembuatan *e-commerce* yang didukung metode promosi SEO adalah OpenCart [6].

Makalah ini membahas tentang penerapan teknologi *e-commerce* yang digunakan untuk membantu pemecahan permasalahan dari usaha kecil menengah (UKM) Jaya Makmur yang terletak di Desa Jambuan, Kecamatan

Sumbersari, Kabupaten Jember dalam menjalankan bisnisnya agar dapat bersaing dengan pesaing bisnis serta dapat memperbesar usahanya. Kerajinan tangan Jaya Makmur merupakan salah satu industri kerajinan tangan dari bambu yang berkembang pesat di Desa Jambuan sejak berdiri tahun 2009 dan telah menjadi pusat pembinaan kerajinan tangan dari bambu bagi masyarakat di Desa Jambuan sehingga turut mengangkat dan membantu perekonomian masyarakat sekitarnya. Produk kerajinan bambu dari UKM Jaya Makmur ini bervariasi yang meliputi keranjang buah, topi, tempat tisu, keranjang parcel, tempat kue dengan tutup kain rajut, toples, rantang, tempat koran, tempat lampu (baik lampu tempel, lampu duduk, lampu gantung, lampu pojok), tudung saji dan hiasan dari anyaman bambu yang lainnya. Motif kreasi anyaman bambu yang dikembangkan meliputi motif truntum yang menyerupai kuntum bunga melati, motif mata kitiran, motif corak pita tiga dan corak pita empat, motif oval, motif variasi, motif anyaman satu-satu, dan motif liris yang biasanya dipakai sebagai alas peralatan dapur karena kuat. Sementara motif bunga-bunga dipakai sebagai aksesoris pada bagian atas. Supaya terlihat lebih menarik, anyaman motif bunga diberi pewarna kain.

Selama ini pemasaran produk kerajinan bambu UKM Jaya Makmur masih terbatas di sekitar Jember dan Banyuwangi, padahal jika melihat kualitas produk yang dihasilkan dan daya saing harga jual, maka pemasaran

produk ini dapat menggapai wilayah yang lebih luas dengan kemampuan berkompetisi yang baik. Selama ini, pemasaran dilakukan melalui gerai di sanggar Jaya Makmur dan memasok pasar-pasar tradisional di Jember dan Banyuwangi. Kedatangan pembeli ke gerai Jaya Makmur biasanya memperoleh informasi dari mulut-ke-mulut atau melalui informasi dari pameran yang diikuti oleh UKM Jaya Makmur. Sumber pendapatan biasanya diperoleh dari hasil penjualan di sekitar Jember dan Banyuwangi. Oleh karena itu, konsep pemasaran dengan “menunggu bola” seperti yang selama ini diterapkan untuk memasarkan produk kerajinan tangan bambu UKM Jaya Makmur kurang tepat dan harus dirubah dengan “menjemput bola” untuk menjangkau pembeli yang sebanyak-banyaknya.

Solusi untuk mengatasi permasalahan perluasan jaringan pemasaran UKM Jaya Makmur dengan biaya rendah adalah melalui *e-commerce*. Usaha *e-commerce* yang sukses melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelola produksi atau manufaktur, penjualan, layanan, kolaborasi di antara sesama bisnis (afiliasi), distribusi produk, penyebaran informasi, penyusunan komunitas. Untuk memperluas jaringan pemasaran produk kerajinan bambu UKM Jaya Makmur dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dibuat web *e-commerce* KerajinanBambu dan penerapan teknik *search engine optimization* (SEO), *social media optimization* (SMO), dan *search engine marketing* (SEM) untuk mempromosikan web *e-commerce* produk kerajinan bambu dari UKM Jaya Makmur sehingga akan meningkatkan trafik kunjungan.

II. TARGET DAN LUARAN

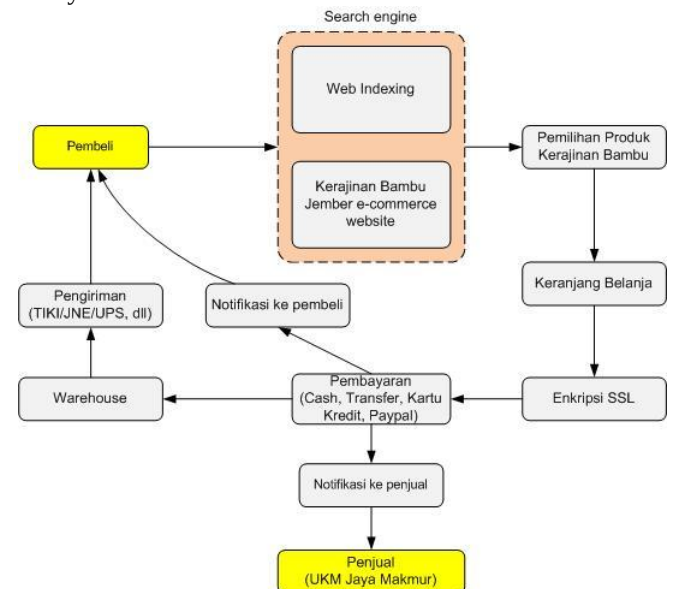
Adapun target luaran yang diharapkan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Web *e-commerce* bagi produk kerajinan bambu UKM Jaya Makmur
2. Peningkatan kunjungan pembeli ke web *e-commerce* kerajinan bambu UKM Jaya Makmur dari hasil penggunaan *internet marketing* (SEO, SMO, SEM)
3. Meningkatnya jumlah transaksi dan pengiriman produk online ke pembeli *e-commerce* yang tercatat dalam daftar transaksi pembelian setelah peluncuran web *e-commerce* kerajinan bambu UKM Jaya Makmur
4. Publikasi hasil pengabdian masyarakat pada Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jember.

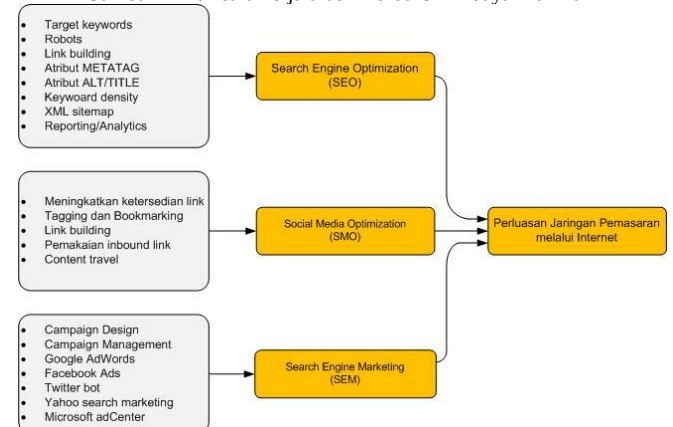
III. METODE PELAKSANAAN

Website *e-commerce* yang telah dibuat proses bisnisnya ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 2. Gambar 1 menjelaskan alur cara kerja web *e-commerce* UKM Jaya Makmur, dimana untuk pembuatan web *e-commerce* UKM Jaya Makmur dibuat menggunakan perangkat lunak Open Source OpenCart [6]. Sedangkan untuk meningkatkan

promosi online produk kerajinan bambu UKM Jaya Makmur dilakukan konfigurasi SEO sesuai Gambar 2 dan penerapan SMO dengan pemanfaatan jejaring sosial Facebook dan Twitter. Implementasi SEM dilakukan dengan teknik afiliasi dengan web lain yang memiliki kunjungan tinggi, seperti melalui situs Kaskus, WordPress, dan blog-blog lainnya.



Gambar 1 Alur cara kerja *e-commerce* UKM Jaya Makmur



Gambar 2 Penerapan metode promosi *e-commerce* UKM Jaya Makmur

A. Web E-Commerce UKM Jaya Makmur

Manajemen administrasi web *e-commerce* UKM Jaya Makmur terdiri atas:

1. Penentuan Kategori Produk
2. Pengisian Data Produk

Pengisian data produk seperti ditunjukkan pada meliputi:

- a. *General*: nama produk, meta-tag, meta-tag keywords, deskripsi produk.
- b. *Data*: model produk, harga, pajak, minimum pemesanan, stok, pengiriman, ukuran, berat.
- c. *Links*: nama pembuat, kategori produk, kaitan produk.
- d. *Discount*: potongan khusus



e. *Image*: tampilan produk

3. Pengiriman Barang (*Shipping*)

Pengiriman barang dilakukan dengan menggunakan jasa JNE dan Pandu Logistik.

4. Pembayaran (*Payment*)

Pembayaran dilakukan secara *Bank Transfer* untuk pembeli diluar maupun di wilayah Jember dan juga pembayaran dapat dilakukan dengan *Cash on Delivery* (COD).

Web *e-commerce* UKM Jaya Makmur dapat diakses melalui alamat <http://www.kerajinanbambu.net> seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Di halaman depan web *e-commerce* UKM Jaya Makmur pembeli dapat melihat kategori produk kerajinan bambu yang dijual, mengetahui detail produk, melakukan transaksi pembelian, dan menghubungkan penjual.



Gambar 3 Web *e-commerce* UKM Jaya Makmur

B. Penerapan SEO, SMO, dan SEM

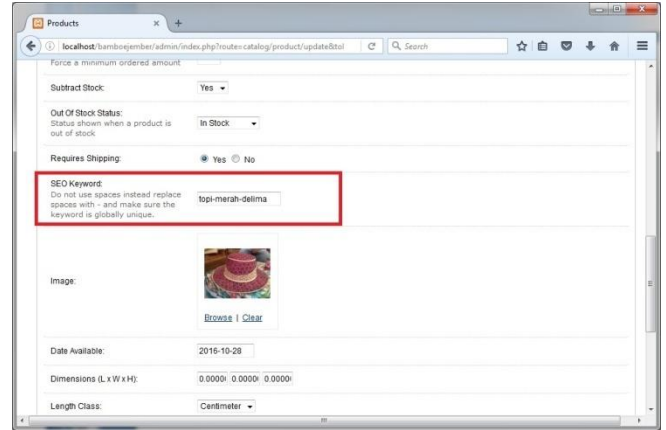
Untuk mempromosikan web *e-commerce* UKM Jaya Makmur dilakukan melalui cara sebagai berikut:

1. Penerapan SEO

Konfigurasi SEO dapat dilakukan dengan mengisi SEO keyword pada halaman administrasi data produk pada OpenCart. Pemilihan SEO keyword yang tepat harus mewakili isi halaman dan bersifat unik sehingga memudahkan pengenalan di situs pencarian seperti ditunjukkan Gambar 4.

2. Penerapan SMO

Penerapan SMO seperti Facebook dan Twitter sangat membantu promosi busana muslim Maleeqa untuk lebih dikenal oleh pembeli maya, hal ini dikarenakan situs pencarian Google dan Yahoo saat ini telah mengindeks komentar – komentar yang bisa diakses oleh umum. Implementasi Twitter UKM Jaya Makmur dapat diakses melalui alamat @kerajinanbambu seperti ditunjukkan pada Gambar 5.



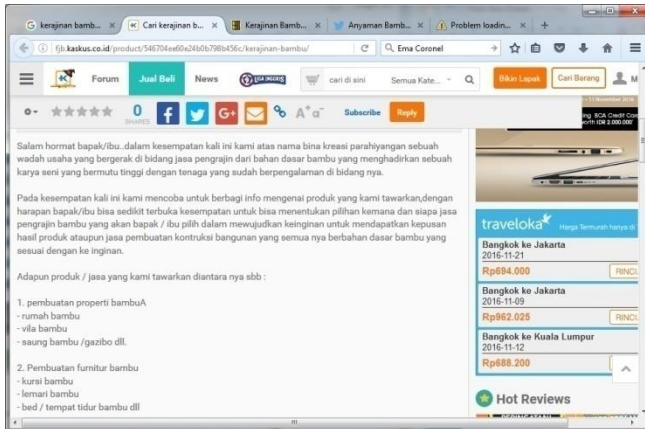
Gambar 4 Pengisian SEO keyword



Gambar 5 Implementasi SMO menggunakan Twitter

3. Penerapan SEM

Penerapan SEM tidak harus dilakukan dengan membayar pemasangan iklan seperti pada afiliasi Facebook, tetapi dengan cara menempel komentar, produk, promosi yang berkaitan dengan busana muslim Maleeqa pada situs-situs yang memiliki *page rank* yang tinggi atau situs yang ramai diakses seperti kaskus.co.id, detik.com, situs yang berkaitan tentang busana muslim baik dalam bentuk blogger atau forum. Hal ini secara otomatis akan meningkatkan *index page* dari web *e-commerce* UKM Jaya Makmur. Contoh implementasi SEM untuk promosi produk kerajinan bambu dari UKM Jaya Makmur ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6 Implementasi SEM untuk promosi produk kerajinan bambu UKM Jaya Makmur

IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Dalam rangka menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian ini dibutuhkan pengetahuan dan pengalaman tim pelaksana pengabdian dalam bidang web *e-commerce* dan *internet marketing*. Ketua pelaksana pengabdian, I Putu Dody Lesmana, S.T., M.T., yang merupakan dosen pada Program Studi D4 Teknik Informatika, Jurusan Teknologi Informasi telah berpengalaman dalam penerapan *e-commerce*, *internet marketing*, dan *enterprise resource planning* dimana hal ini pernah didanai dalam program IbM tahun 2013 sampai 2015. Keahlian ketua pelaksana pengabdian juga sesuai dengan mata kuliah yang diampu yaitu desain web, pemrograman web, pemrograman berbasis objek, ubiquitous computing, dan kecerdasan buatan. Sedangkan anggota pengabdian masyarakat adalah Didit Rahmat Hartadi, S.Kom., M.T. yang merupakan dosen pengajar pada Program Studi D3 Manajemen Informatika, Jurusan Teknologi Informasi telah berpengalaman dalam rekayasa perangkat lunak, basisdata, dan kewirausahaan yang sesuai dalam membantu pengembangan pemasaran mitra secara lebih luas menggunakan media Internet.

V. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

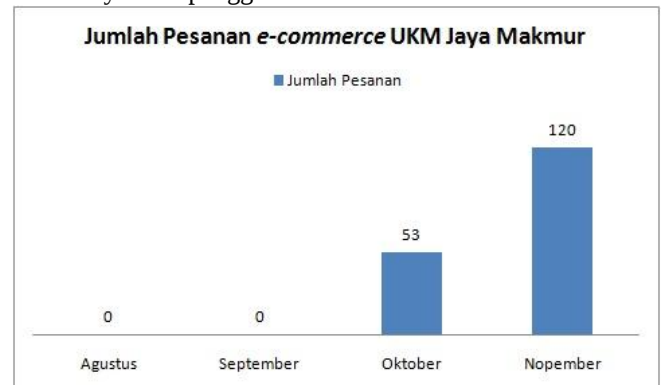
Dari hasil pembuatan dan promosi web *e-commerce* UKM Jaya Makmur dapat dianalisa sebagai berikut.

A. Analisa Dampak Promosi

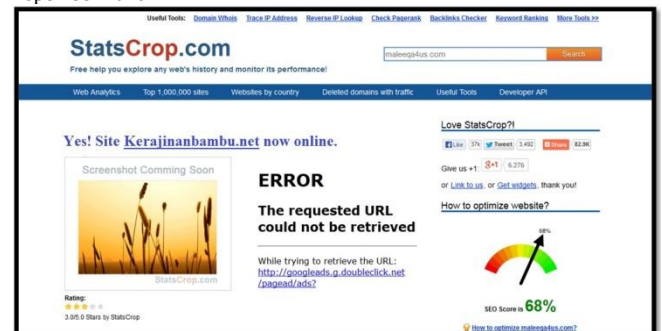
Pelanggan yang masih sedikit merupakan tantangan bagi UKM Jaya Makmur untuk terus memperkenalkan produk-produknya ke calon pembeli dan bagaimana dapat bersaing sehat dengan pesaing bisnis yang memiliki beragam produk yang ditawarkan. Promosi terhadap produk yang dijual UKM Jaya Makmur adalah salah satu pendorong agar semakin banyak pelanggan yang akan berbelanja produk dari web *e-commerce* UKM Jaya Makmur. Promosi dari produk UKM Jaya Makmur dilakukan pada jejaring sosial dan pada mesin pencarian. Dari promosi menggunakan jejaring sosial Facebook dan Twitter serta mesin pencarian jumlah produk

yang dipesan secara online dari bulan Oktober sampai bulan Nopember mengalami peningkatan, terlihat seperti ditunjukkan Gambar 7.

Penggunaan media internet sebagai media promosi produk kerajinan bambu dari UKM Jaya Makmur terbukti membantu memperluas pangsa pasar penjualan. Dari bulan Oktober sampai bulan Nopember laman web *e-commerce*, permintaan pesanan produk telah mencapai daerah paling Timur adalah daerah Sulawesi dan paling Barat adalah Banda Aceh. Dengan penghasilan penjualan reseller rata-rata mencapai 15 jutaan per bulan dan penjualan online mencapai rata-rata 13 jutaan per bulan. Berdasarkan StatsCorp.com laman web *e-commerce* UKM Jaya Makmur telah banyak dikunjungi oleh pemakai internet, hal ini disebabkan laman web ini mudah ditemukan oleh setiap pengunjung internet yang mencari informasi tentang produk kerajinan bambu dengan menggunakan kata kunci sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dari hasil pengukuran StatsCorp.com yang ditunjukkan Gambar 8 didapatkan nilai SEO dari laman web *e-commerce* UKM Jaya Makmur sebesar 68%, ini menunjukkan laman web *e-commerce* ini mudah ditemukan oleh masyarakat pengguna internet.



Gambar 7 Jumlah pemesanan barang secara online selama bulan Oktober-Nopember 2016

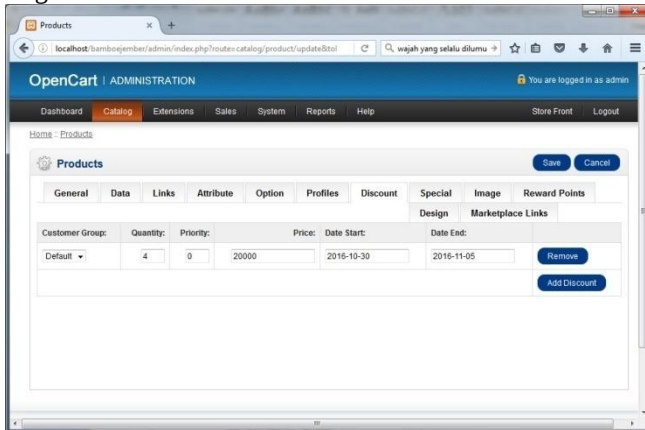


Gambar 8 Hasil pengukuran SEO web e-commerce UKM Jaya Makmur

B. Analisa Terhadap Strategi Penjualan

Sebuah bisnis haruslah dapat mencari trik-trik untuk meningkatkan penjualannya. Pemanfaatan waktu misalkan akhir tahun bisa dijadikan momen penting dalam strategi penjualan produk UKM Jaya Makmur melalui web *e-commerce* dengan mengadakan potongan harga terhadap

produk-produk yang ditawarkan. Penjualan dengan potongan harga juga dilakukan oleh pesaing bisnisnya terhadap produk yang ditawarkan melalui penjualan menggunakan media internet maupun penjualan konvensional, sehingga strategi ini juga dapat diterapkan pada salah satu strategi penjualan oleh UKM Jaya Makmur. Gambar 9 menunjukkan salah satu strategi penjualan produk dengan mengadakan potongan harga.



Gambar 9 Laman administrasi web *e-commerce* UKM Jaya Makmur memberikan potongan harga produk

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan web *e-commerce* untuk memperluas jaringan pemasaran produk kerajinan bambu dari UKM Jaya Makmur telah berhasil menjaring pembeli dari luar Jember dan Banyuwangi dengan disertai peningkatan jumlah pemesanan produk secara online selama dua bulan dari masa peluncuran web *e-commerce* pertama kali di internet. Untuk menghasilkan akses index page rank yang tinggi dari mesin pencarian dilakukan penerapan strategi SEO dengan menggunakan meta-tag dan SEO keywords pada setiap produk yang dijual, penerapan SMO menggunakan Twitter, dan penerapan SEM dengan beriklan secara gratis pada situs atau blog yang memiliki index page rank tinggi. Keberhasilan penerapan strategi promosi online yang telah dilakukan ditunjukkan dengan pengukuran nilai SEO sebesar 68% dari situs StatsCrop.com. Dengan semakin tingginya permintaan pembeli dari web *e-commerce* maka diharapkan pihak UKM Jaya Makmur tetap konsisten melakukan cek pemesanan sehingga menambah kepercayaan pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Jember yang telah mendanai pelaksana program pengabdian kepada masyarakat dari sumber dana BOPTN tahun anggaran 2016 dengan nomor kontrak 852/PL17.4/PM/2016.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Keinan, Brenda, "E-Commerce Untuk Perusahaan Kecil," Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia –Jakarta, 2001.

- [2] Srinivasan, Srinu S., Anderson, Rolph, Ponnayolu, Kishore, "Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences", Journal of Retailing, New York University, 2002
- [3] Malaga, Ross A., "The Value of search Engine Optimization: An Action research Project at a New E-commerce site", IGI Global, 2007.
- [4] Constantinides, Efthymios, "From Physical Marketing to Web Marketing: The Web-Marketing Mix", Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences, 2002.
- [5] Lorenzo, Carlota., Constantinides, Efthymios., Gomez-Borja, Miguel Angel, "Effects of Web Experience Factors on Virtual Retail Purchase Preferences", Watchfire Whitepaper Series, 2000.
- [6] M. Yilmaz, "OpenCart 1.4 Beginner's Guide", Packt Publishing, Birmingham, 2010