

MENEJEMEN MARKETING BERBASIS WEBSITE ECOMMERCE PADA MADU ROMANG

Abd Rajab^{1*}, Muhammad Zia Ul Haq², Junaid³, Syamsuriyanti⁴

^{1*,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia

¹rajab@unismuh.ac.id

²muh.ziaulhaq@unismuh.ac.id

³junaid@unismuh.ac.id

⁴syamsuriyanti@unismuh.ac.id

Abstrak

Pengadaan teknologi Perkembangan teknologi informasi sangat memudahkan bagi semua kalangan untuk berbisnis menggunakan teknologi. Pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sampai sekarang hampir semua pebisnis baik yang baru mulai ataupun yang sudah berbisnis beralih menggunakan teknologi sebagai media atau fasilitas untuk memasarkan produk dari yang bisnis kecil, rumahan sampai ke skala besar. Dengan adanya peluang bisnis ini menggunakan teknologi, Madu Romang mencoba menggunakan media sosial yaitu WhatsApp sebagai media jualan produk Madu Romang. Dengan demikian saya selaku ketua pengusul dan tim berencana mengajukan pembuatan suatu produk pemasaran dengan system online berbasis website ecommerce supaya penjualan Madu Romang bisa lebih meningkat. Sistem manajemen menggunakan website ecommerce adalah salah satu sistem pemasaran yang sangat bagus digunakan untuk pemasaran produk. Sebenarnya ada banyak alat manajemen media sosial satu alat di pasar. Pemilik usaha harus pintar memilih satu yang tepat bisa seperti misi yang mustahil, terutama jika Anda punya banyak profil yang akan dikelola. Tetapi, ada beberapa alat yang lebih menonjol dari yang lainnya, karena fitur-fitur dan harganya yang terjangkau. Wordpress dalam hal ini bisa menjadi website berbasis ecommerce untuk dijadikan sebagai media pemasaran/penjualan produk Madu Romang. Wordpress berbasis website ecommerce ini sangat simple digunakan, karena merupakan sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang juga. Terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial lainnya, seperti: Facebook, Twitter, LinkedIn, Foursquare, MySpace, youtube dan sebagainya. Realisasi program ini dimulai dari sosialisasi dan edukasi kepada pemegang pemilik usaha/mitra Home Industry serta stake holder lainnya yang ada di Tamaona Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa masyarakat. Layanan ini membantu perusahaan untuk menggunakan media sosial berupa situs yang dapat digunakan untuk meluncurkan kampanye pemasaran, mengidentifikasi dan menambah khalayak, dan menyampaikan pesan yang ditargetkan di beberapa saluran media. Selanjutnya pengusul akan memfasilitasi ecommerce serta pengembangannya dalam wujud suatu website yang siap guna untuk memasarkan produk UKM terkhusus Madu Romang sesuai dengan tujuan dalam jangka tertentu. Kemudian dalam implementasinya, pelaku usaha memanfaatkan produk dengan monitoring, pendampingan masukan dan bantuan dari tim. Program ini diakhiri dengan evaluasi keberlangsungan, keaktifan dan kebermanfaatan website ecommerce tersebut yang telah dibangun.

Kata Kunci: *E-Commerce, Marketing dan Website*

Pendahuluan

Pendahuluan Pandemi Covid-19 melanda seluruh dunia tak terkecuali Indonesia. Pemerintah terus memitigasi dampak pandemi Covid-19 sekaligus menggerakkan ekonomi rakyat, tujuan ini sejalan dengan kampus Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mendukung perekonomian masyarakat dengan melalui skema pengabdian kemitraan masyarakat yaitu dosen dan pemilik UMK berkolaborasi. Salah satu program Universitas Muhammadiyah Makassar melakukan memberikan hibah ke dosen di ruang lingkup internal kampus. Realisasi dari program

*Correspondent Author: rajab@unismuh.ac.id

tersebut menunjukkan keberpihakan Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap pemerataan akses pembiayaan untuk usaha kecil sampai menengah. Pertumbuhan ekonomi mikro yang di dalamnya terdapat aktivitas usaha kecil sampai menengah. Pandemi Covid-19 sangat berdampak ke pengusaha kecil sampai menengah yang salah satunya dirasakan langsung oleh kelompok usaha rumahan atau Home Industry yang tergabung dalam kelompok pelaku usaha kecil binaan Harun M di Tamaona Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa. Binaan dari Pak Harun M adalah memproduksi Madu Hutan yang di ambil dari para petani madu kemudian di olah atau di kemas dan di beri nama Madu Roamang. Home Industry Madu Romang ini memperkejakan beberapa orang sebagai pengemas, penjual dan marketing. Padahal sebelumnya, arus produksi dan distribusi sebelum masa pandemi tergolong sangat maju.

Peningkatan efektivitas kerja dan kualitas produk terus dilakukan, salah satunya dengan penggunaan berbagai teknologi, termasuk dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Sejauh ini, pemanfaatannya terbatas pada jangkauan penjualan. Produk-produk yang dihasilkan Madu Romang telah dipasarkan melalui whatsapp yang jangkauannya belum terlalu bagus, semoga dengan terciptanya ini Manajemen Pemasaran Satu Alur atau pembuatan website ecommerce bisa membuat penjualan lebih meningkat dan bisa mencapai target dari penjualan yang telah ditargetkan. Ecommerce atau perdagangan elektronik, mengacu pada transaksi yang dilakukan melalui internet. Setiap kali individu dan perusahaan membeli atau menjual produk dan layanan secara online, mereka terlibat dalam e-niaga. Istilah e-niaga juga mencakup aktivitas lain termasuk lelang online, perbankan internet, gateway pembayaran, dan tiket online (Ecommerce Guide, n.d.). Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan – jaringan halaman (hyperlink) (Www.baliorange.web.id, 2013).



Gambar 1. Produk dan aktivitas Madu Romang

Bahwa untuk kebutuhan pemasaran ditengah pandemic Covid-19 dibutuhkan suatu teknologi menejemen pemasaran yang bisa lebih mudah digunakan dan pemanfaatannya. dan mungkin belnasungs seterusnya. Ternyata pemesaran melalaui digita sangat mengurihi. Walaupun mitra telah memanfaatkan *Media social seperti Whats.App dan Facebook* yang bersifat publik untuk digunakan untuk memasarkan produknya, tetapi mitra sendiri masih merasa kerepotan dan

kesulitan, serta membutuhkan banyak waktu dan tenaga untuk melakukan pemasaran secara massif. Oleh karena itu, pengusul akan membuat suatu produk dalam hal ini adalah website ecommerce yang akan menjadi pusat pemasaran sebagai alat atau website ecommerce disini berfungsi menyebar informasi dengan cara satu kali tindakan bisa secara massif tersebar ke semua kaun media sosial yang dimiliki oleh mitra. Mitra tidak perlu lagi masuk disemua akun media social untuk memposting produk karena sudah terlink semua dengan hootsuite. Selain itu, informasi di media social yang satu dengan yang aliannya kan semua karena menggunakan system satu alur. Selanjutnya, dengan menggunakan hootsuite ini akan memudahkan mitra untuk monitoring dan evaluasi proses pemasarannya.

UKM Madu Romang adalah usaha rumah tangga yang berlokasi di Tombolo Pao Malino Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. UKM ini rintis oleh Harun M sebagai ketua atau pemilik UKM Madu Romang. UKM Madu Romang mempunyai beberapa anggota TIM dalam melakukan pengemasan dan pengambilan madu di hutan. UKM Madu Roamng masih di proses dengan menyaring secara tradisional akan tetapi pada proses pnegemasan UKM Madu Romang sudah lumayan modern karena sudah mempunyai Botol, sticker dan leber tersendiri.

Berdasarkan analisis sebelumnya yang diuraikan pada bagian sebelumnya, pengusul bersama mitra usaha kemudian mencoba merumuskan dan menentukan beberapa persoalan prioritas yang disepakati dan diperlukan untuk mendukung keberlangsungan bisnis. Adapun prioritas akan direalisasikan melalui program pengabdian yang akan dijalankan yaitu permasalahan yang pertama promosi yang akan dicover dengan membuat Menejemen Satu Jalur/website ecommerce karena dianggap salah satu kunci vital keberhasilan suatu bisnis atau usaha adalah dari segi marketing. Dan permasalahan yang kedua adalah permasalahan adminitstarsi yaitu akan dicover dengan menggunakan excel atau aplikasi ;ainnya yang mendukung menejemen administrasi. Justifikasi dan kesediaan mitra untuk ikut serta dalam program pengabdian ini dituangkan dalam surat terlampir yang telah ditandatangani. Bentuk dan penjabaran dari program ini akan dijelaskan pada Bab selanjutnya.

Adapun prioritas dimaksud pada bagian a. dianggap penting dan perlu dilakukan didasari atas pertimbangan beberapa masalah dan kendala yang dihadapi mitra diantaranya:

- 1) Kebutuhan untuk lebih mendalami pentingnya eksistensi kepemilikan teknologi informasi dengan identitas tersendiri untuk memperoleh kepercayaan pasar yang lebih besar. Olehnya diperlukan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya *Digital Brand Identity Awareness* kepada mitra dan pelaku usaha yang dibinanya.
- 2) Perlunya wawasan sekaligus implementasi untuk pemanfaatan teknologi *cloud* untuk bisnis. Dimana *cloud* merupakan salahsatu bentuk teknologi informasi yang handal, efisien dan efektif serta relatif mudah dikembangkan fungsi dan penggunaannya.
- 3) Mitra membutuhkan pengadaan perangkat teknologi berdasarkan poin 1 dan 2 untuk mendukung keberlangsungan bisnisnya.
- 4) Mitra dan pelaku usaha yang dibinanya membutuhkan pendampingan dan evaluasi secara berkelanjutan agar investasi dan usaha lainnya yang sudah dilakukan dalam dunia teknologi informasi dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan usaha.

Rukun Tetangga. Desa Kabba memiliki sumber daya alam yang potensial di bidang pertanian dan perikanan, yaitu lahan yang subur untuk bercocok tanam serta berternak ikan bandeng, dilalui sungai yang dapat dimanfaatkan untuk irigasi dan budidaya ikan air tawar. Peternakan, terbagi menjadi 2 klasifikasi ternak yaitu ternak besar dan ternak kecil. Adapun ternak besar yang dimaksud adalah ternak sapi. Ternak kecil yaitu kambing, ayam dan bebek. Desa kabba pada umumnya memiliki hamparan sawah dan tambak yang luas untuk bercocok tanam, dilain sisi juga dijadikan wisata edukasi.

Metode Pelaksanaan

1.1. Keterlibatan

Pelaksanaan program pengabdian ini melibatkan berbagai pihak, diantaranya Universitas Muhammadiyah Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar dalam hal ini Lembaga Penelitian, Pengembangan dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) menugaskan ke dosen untuk melakukan hibah pengabdian kemitraan masyarakat. Untuk pelaksanaan teknis pengabdianya melibatkan tim pengusul yang terdiri dari 5 orang dosen dan dibantu tenaga ahli dan mitra pakar yang dimintai kesediaannya untuk menjadi konsultan dan narasumber pada beberapa aspek yang membutuhkan kepakaran teknis.

Kegiatan juga melibatkan pengelola atau penanggung jawab Home Industry Milik Pak Harun M di Tamaona Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa dan perwakilan pelaku usaha binaannya sebagai penerima manfaat dari program ini. Untuk melengkapi proses lainnya dibutuhkan keterlibatan vendor penyedia layanan teknologi informasi, editor dokumen dan berkas (termasuk editor video) untuk keperluan publikasi dan pengelola media publikasi, seperti pengelola jurnal dan media pemberitaan

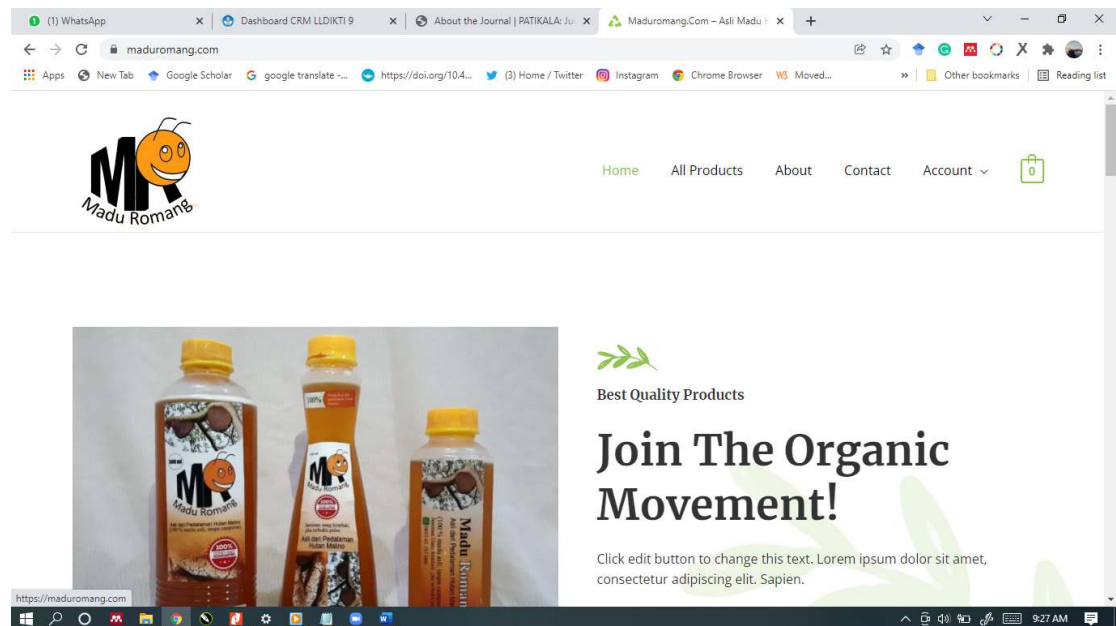
1.2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan dijabarkan sesuai dengan jenis kegiatan yang direncanakan sebagai berikut:

- 1) Kegiatan sosialisasi dan edukasi menggunakan metode monolog dan dialog serta dokumentasi yang dimulai dengan perencanaan, penjadwalan dan pelaksanaan kegiatan serta diakhiri dengan asesmen pemahaman.
- 2) Pengadaan Teknologi *cloud* dengan metode subskripsi tahunan dalam bentuk layanan *Software as a Service* (SaaS) dan *Infrastructure as a Service* (IaaS). Tahapannya dimulai dengan perencanaan, dilanjutkan dengan pemesanan layanan melalui vendor serta pengaturan dan penyesuaian layanan.
- 3) Pembangunan produk contoh Hub Digital menggunakan metode rapid development dengan memanfaatkan alat *drag and drop* yang tersedia pada Google Site. Adapun tahapan pengembangannya diawali dengan analisis pengguna dan kebutuhan, dilanjutkan dengan desain, konstruksi dan diakhiri dengan *phased cutover* atau mempublikasikan dan mengakhiri proyek secara bertahap sambil melengkapi bagian-bagian yang dianggap perlu.
- 4) Monitoring dan Evaluasi menggunakan *Goal-oriented Evaluation Model* melalui pendekatan survei dimulai dengan perencanaan, untuk *bounce rate* proses akan berlangsung otomatis melalui sistem reportasi dan analitik Google. Sedangkan untuk *usability scale* diawali dengan penyusunan *questionnaire*, dilanjutkan dengan pengumpulan data lalu dianalisis dan diakhiri dengan publikasi hasil analisis tersebut.

1.3. Deskripsi Produk Teknologi

Produk teknologi yang diimplementasikan pada program ini adalah website ecommerce. Inilah salah satu alat manajemen media sosial tertua di pasar yang menawarkan sekian banyak fitur yang bermanfaat. Alat ini memiliki rencana gratis dan berbayar dan dalam proposal ini akan saya tunjukkan pada anda cara menggunakan ecommerce sebagai manajemen media sosial yang hebat. Website ecommerce sangat simple digunakan, karena website ecommerce merupakan sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang juga terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial lainnya, seperti: Facebook, Twitter, LinkedIn, Foursquare, MySpace, dan WordPress. Tampilan ecommerce disebarkan dan dipublikasikan dengan alamat domain khusus melalui protokol http/https sebagaimana layaknya sebuah situs web. Untuk memahami lebih lanjut ecommerce yang akan dikembangkan dapat diilustrasikan melalui gambar berikut:



Gambar 2. Rancangan Model Menejemen (website ecommerce) Madu Romang

1.4. Prosedur Kerja

Untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan, disusun beberapa prosedur kerja yang tertuang dalam tabel berikut:

Tabel 1. Prosedur Kerja

1) Kegiatan: Sosialisasi dan Edukasi	Metode: Monolog, Dialog, Dokumentasi
Prosedur Kerja - Kegiatan Sosialisasi dan Edukasi dibagi menjadi 2 (dua), (1) Adalah sosialisasi program pengabdian pra pengadaan dan pengembangan teknologi yang ditawarkan, (2) Edukasi setelah teknologi telah diperadakan dan dikembangkan. - Masing-masing kegiatan (1) dilakukan minimal 1 (satu) kali, sementara untuk kegiatan (2) dilakukan minimal 2 (dua) kali - Kegiatan dalam bentuk pertemuan dilakukan dengan metode monolog oleh pengusul, tenaga ahli dan koordinator mitra, selanjutnya dilakukan dialog dan diskusi bersama pelaku usaha. - Durasi untuk sekali kegiatan dalam bentuk pertemuan minimal 120 menit - Pertemuan sebisa mungkin dilakukan secara langsung dengan tetap menerapkan protokol kesehatan, atau jika terkendala kondisi darurat, akan dilakukan secara daring melalui fasilitas tele/video conference. - Khusus untuk kegiatan edukasi dapat dilakukan dalam bentuk dokumentasi tutorial dan tatacara pemanfaatan baik dalam bentuk dokumen (office, audio, video). Maupun dalam bentuk interaksi dan korespondensi virtual melalui email dan messanger. - Fasilitas, tempat, ruang dan waktu pertemuan akan ditentukan berdasarkan kesepakatan antar pengusul program dan kordinator mitra. - Biaya yang dibutuhkan untuk pertemuan dan kegiatan sosialisasi dan edukasi lainnya ditanggung oleh pengusul sesuai alokasi dana yang direncanakan.	

2) Kegiatan: Pengadaan Teknologi cloud (G Suite) Metode: Subskripsi SaaS dan IaaS

- Pengadaan fasilitas cloud berupa pengadaan akun yang dapat mengakses layanan G Suite
 - Akun yang diperadakan menggunakan identitas yang disepakati bersama mitra atau atas inisiasi pengusul sendiri.
 - Akun terdiri dari 1 akun admin dan maksimal 5 akun anggota dengan jenis basic atau dapat menggunakan jenis education.
 - Masa subskripsi yang ditanggung oleh pengusul maksimal 12 (duabelas) bulan.
 - Biaya subskripsi selama masa tanggungan diambil dari anggaran yang telah direncanakan.
 - Biaya subskripsi diluar masa tanggungan yang telah ditetapkan merupakan tanggung jawab mitra.
- Pengadaan G Suite dilakukan dengan menggunakan jasa konsultasi vendor yang ditentukan oleh pengusul
-

3) Pengembangan Digital Hub Metode: Rapid Development Method

- Pengembangan Produk Digital Hub dibangun oleh pengusul dengan bantuan dan arahan vendor atau tenaga ahli di bidangnya.
 - Pengembangan dilakukan sesuai kreativitas pembuatnya dengan mempertimbangan fase analisis kebutuhan dan pengguna dalam hal ini mitra dan pelaku usaha dalam binaannya.
 - Seluruh biaya pengembangan awal dan kelengkapannya ditanggung oleh pengusul dari anggaran yang telah direncanakan
 - Penyerahan pengelolaan diberikan kepada mitra setelah produk Digital Hub selesai dibangun.
-

4) Monitoring dan Evaluasi Metode: Goal-oriented evaluation dengan Usability Quantification Method

- Monitoring dilakukan setelah pihak pengusul menyerahkan pengelolaan Hub Digital kepada mitra.
 - Selama masa monitoring, mitra dapat meminta bantuan ataupun sebaliknya, pengusul dapat memberikan masukan untuk keberlangsungan Hub Digital.
 - Evaluasi dilakukan paling lama 2 pekan setelah masa monitoring selesai
-

1.5. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra sebagaimana yang telah disebutkan pada beberapa bagian diantaranya sebagai pengguna dan pengambil manfaat dari program yang direncanakan, serta menjadi populasi dan sampel untuk tujuan evaluasi.

Hasil dan Pembahasan

Pembuatan website Madu Romang Berbasis Ecommerce menghasilkan produk website dan artikel sebagai output dari pengabdian ini. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, Pelaksana Pengabdian melakukan : Merealisasikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di UKM Madu Romang di Kabupaten Gowa dalam rangka memberikan dan memperkenalkan aplikasi fungsi dari sebuah website. TIM pelaksana merencanakan kegiatan ini untuk kepentingan UKM dalam hal ini bagaimana memperkenalkan hasil produk UKM Madu Romang melalui website. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan memberikan Penjelasan dan menyampaikan materi tentang Website, dan Ecommerce. Dalam kegiatan menyampaikan sosialisasi/penyuluhan ini sangat menarik untuk dimengerti, karena kegiatan yang Pelaksana Pengabdian masyarakat ini dilakukan secara

berkesinambungan dan selalu menarik perhatian serta rasa ingin mengerti yang selalu timbul dari pihak UKM Madu Romang. Dalam rangka merealisasikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di UKM Madu Roamng Kabupaten Gowa ini dengan memberikan Penyuluhan website, ecommerce maupun Teknik penjualan melalui. Aktifitas kegiatan adalah dengan memberikan Penjelasan dan menyampaikan materi penyuluhan yang diberikan dalam bentuk Power Point menggunakan proyektor agar dapat dipelajari, difahami dan dimengerti oleh Anak-anak Panti Asuhan “Siti KHadidjah” Pedurungan, Kota Semarang. Selain penjelasan juga dibuka Tanya jawab bagi Peserta (Audien) yang masih belum memahami atau menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan materi yang membahas tentang bagaimana mengguakan website berbasis ecommerce.

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pembuatan Sarana Desa Untuk Papan Petunjuk Jalan Desa dan Lingkungan Desa kabba telah berhasil dilaksanakan. Kegiatan ini terlaksana dengan baik atas dukungan dan bantuan warga desa karena hal ini menyangkut kepentingan orang banyak. Tidak ada hambatan yang cukup berarti dalam proses persiapan, pelaksanaan hingga evaluasi kegiatan ini hanya saja proses pengerjaannya membutuhkan waktu yang lama. Pembuatan dan pemasangan papan atau plakat penunjuk jalan ini adalah sebagai bentuk partisipasi, koordinasi dan keterlibatan aktif baik mahasiswa, dosen dan warga desa sekitar.

Ucapan Terimakasih

Saya sebagai penulis dan peneliti mengucapkan terima kasih kepada LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah menjadi sponsor untuk pada kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Amelia, S. A. (2019). Promosi City Branding Kota Surabaya Melalui Akun Instagram @ Surabaya. *VoxPop Ilmu Komunikasi UPN JATIM*, 1(September), 24–30.
- Ecommerce Guide. (n.d.). What is Ecommerce?
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Pugu Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 11(2), 217–225. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Rangasamy, S., Thiyagarajan, V., Gokula Krishnan, S., & Rawath, S. (2022). Satheeshkumar Rangasamy, Vetrivel Thiyagarajan, Sampangi Gokula Krishnan, Sushma Rawath, Madhumitha. A Study on Customers Perspective on Opportunities and Challenges of E-Commerce in India. *International Journal of Economics*, 10(4), 229–236. <https://doi.org/10.11648/j.ijefm.20221004.19>
- Sakir, S., Setianingrum, R. B., Walinegoro, B. G., & Afisa, A. (2022). *Program Kalurahan Online (Kaline) Sebagai Upaya Pengembangan BUMDes Kalurahan Margokaton Berbasis Digital*. 4, 254–262.
- Salehi, F., Abdollahbeigi, B., Langroudi, A. C., & Salehi, F. (2012). The Impact of Website Information Convenience on E-commerce Success of Companies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 381–387. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1201>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Www.baliorange.web.id. (2013). /pengertian-websitewebhosting-domainname.