

DIGITALISASI INFORMASI UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA UMKM VEFAR

Yoga Pristyanto

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Amikom Yogyakarta

email: yoga.pristyanto@amikom.ac.id

ABSTRAK

Vefar merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah yang bergerak dibidang budidaya tanaman hidroponik dan penjualan sayuran segar. Vefar berlokasi di dusun Pandan Puro, Hargobinangun, Pakem, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Vefar didirikan oleh Saudara Aditya Chandra yang juga selaku pemilik kurang lebih sekitar tahun 2018. Pada proses bisnisnya, Vefar bergerak dalam penjualan bibit tanaman hidroponik dan sayuran segar. Seiring dengan ketatnya persaingan pada bidang jasa jual beli sayuran segar, Vefar memiliki kendala dalam mengenalkan dan menjual produknya ke berbagai daerah. Pihaknya memerlukan sebuah media pemasaran online berbasis website supaya mempermudah dalam memasarkan produknya ke berbagai wilayah khususnya di Yogyakarta. Disisi lain keberadaan website tersebut nantinya juga akan menunjang dalam proses pemasaran dan jual beli produknya di masa pandemi Covid-19 ini, hal ini dikarenakan ruang gerak dalam proses pemasaran dan penjualan dalam masa pandemi seperti ini menjadi terbatas. Selain digunakan untuk pemasaran website tersebut nantinya juga akan digunakan dalam proses branding mengingat Vefar merupakan pemain baru dalam bisnis bidang budidaya tanaman hidroponik dan penjualan sayuran segar. Dengan adanya website tersebut dapat memudahkan UMKM Vefar dalam melakukan pemasaran produknya sehingga dapat meningkatkan pendapatan Vefar.

Kata Kunci: Website, Media Promosi, UMKM.

ABSTRACT

Vefar is a small company engaged in the cultivation of hydroponic plants and selling fresh vegetables. Vefar located in Pandan Puro, Hargobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta. Vefar was founded by Aditya Chandra, who is also the owner, approximately in 2018. In its business process, Vefar is engaged in selling hydroponic plant seeds and fresh vegetables. Along with the intense competition in fresh vegetable selling services, Vefar has tickets to introduce and sell its products to various regions. It requires a website-based online marketing media that makes it easier to market its products to various regions, especially in Yogyakarta. On the other hand, the existence of this website will also support the marketing and buying, and selling process of its products during the Covid-19 pandemic. This condition is because there is limited space in the marketing and sales process during a pandemic. Apart from being used for marketing the website, it will also be used in the branding process, considering that Vefar is a new player in hydroponic cultivation and the sale of fresh vegetables. With this website, it can make it easier for Vefar to market its products to increase Vefar's income.

Keywords: Website, Promotion, UMKM.

PENDAHULUAN

Vefar merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak dibidang budidaya tanaman hidroponik dan penjualan sayuran segar. Vefar berlokasi di dusun Pandan Puro, Hargobinangun, Pakem, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Vefar didirikan oleh Saudara Aditya Chandra yang juga selaku pemilik kurang lebih sekitar tahun 2018. Pada proses bisnisnya Vefar bergerak dalam penjualan bibit tanaman hidroponik dan sayuran segar. Seiring dengan ketatnya persaingan pada bidang jasa jual beli sayuran segar Vefar memiliki kendala dalam mengenalkan dan menjual produknya ke berbagai daerah. Berikut Gambar 1 merupakan kondisi situasi Vefar.



Gambar 1. Kondisi Situasi Vefar

Oleh karena itu saudara Aditya Chandra menyampaikan bahwa pihaknya memerlukan sebuah media pemasaran online berbasis website supaya mempermudah dalam memasarkan produknya ke berbagai wilayah khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Disisi lain keberadaan website tersebut nantinya juga akan menunjang dalam proses pemasaran dan jual beli produknya di masa pandemi Covid-19 ini, hal ini dikarenakan ruang gerak dalam proses pemasaran dan penjualan dalam masa pandemi seperti ini menjadi terbatas. Selain digunakan untuk pemasaran website tersebut nantinya juga akan digunakan dalam proses branding mengingat Vefar merupakan pemain baru dalam bisnis bidang budidaya tanaman hidroponik dan penjualan sayuran segar. Permasalahan yang disampaikan oleh saudara Aditya Chandra ialah pemanfaatan sebuah *website* sebagai sarana penunjang pemasaran serta branding untuk Vefar. Dengan adanya website tersebut saudara Aditya Chandra dapat memudahkan pihaknya dalam melakukan

pemasaran dan branding produknya sehingga dapat meningkatkan pendapatan Vefar. Berikut gambar 2 merupakan produk dari Vefar.



Gambar 2. Produk Vefar

Setelah dilakukan observasi wawancara dengan calon mitra yaitu Saudara Aditya Chandra selaku pemilik Vefar, serta pengamatan secara langsung di lokasi Vefar, terdapat beberapa permasalahan dari calon mitra antara lain belum tersedianya website sebagai penunjang media promosi dan kondisi pandemi Covid-19 membuat pihak Vefar harus menyediakan sarana penunjang promosi online.

Berdasarkan permasalahan tersebut media website merupakan solusinya. Menurut (Haiqal & Hidayat, 2017) dan (Putra & Wardani, 2019) website dipilih sebagai media promosi karena merupakan salah satu media yang dianggap efektif dalam menjangkau target pasar yang luas dikarenakan website dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui internet yang kini telah banyak digunakan oleh masyarakat. Dengan website target pasar dapat mengetahui informasi tentang yang ada. Selain itu, website juga

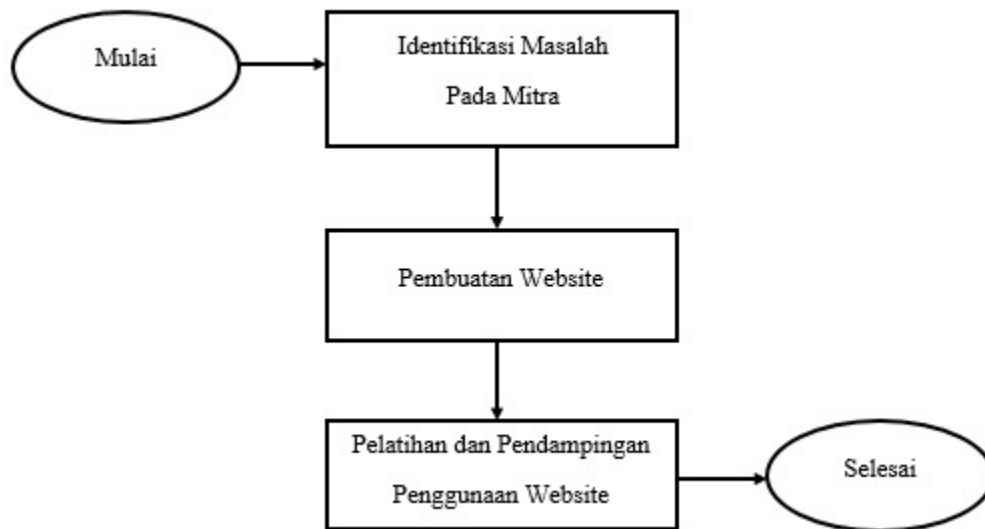
memiliki fasilitas katalog online sebagai cara mempromosikan suatu produk sehingga target pasar dapat mencoba produk terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli produk tersebut dikemudian hari.

Disisi lain menurut (Hidayat, Rapiyanta, & Shidiq, 2020), (Hasugian, 2018) dan (Dhananjaya, 2019) proses pembuatan implementasi website sebagai media promosi tidaklah sulit hal ini dikarenakan sudah banyak software CMS (Content Management System) yang sudah menawarkan fitur lengkap dalam implementasi website. Selain itu dengan menggunakan CMS tersebut tampilan website menjadi lebih terstruktur dan rapi sehingga secara tidak langsung juga akan menarik customer untuk mengunjungi website tersebut. Berdasarkan uraian diatas pada program pengabdian masyarakat ini memiliki target luaran yaitu:

1. Pembuatan media promosi dalam bentuk aplikasi website.
2. Pembuatan website dengan fitur katalog produk sehingga memudahkan customer untuk melihat dan mencari produk yang diinginkan.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan berdasarkan alur yang ditunjukkan pada Gambar 3 sebagai berikut.



Gambar 3. Alur metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat

Berikut pemaparan dari Gambar 3 tahapan utama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Vefar.

1. Identifikasi Masalah Pada Mitra

Pada tahap ini dilakukan observasi ke lokasi mitra untuk mengetahui dan menganalisis permasalahan yang sedang dihadapi mitra. Berdasarkan wawancara dengan mitra permasalahan yang dihadapi ialah belum tersedianya website sebagai penunjang media promosi. Selain itu kondisi pandemi Covid-19 membuat pihak Vefar harus menyediakan sarana penunjang promosi online.

2. Pembuatan Website

Pembuatan website Vefar merupakan solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian masyarakat kepada mitra. Pada tahap ini dilakukan pembuatan website Vefar dengan fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra seperti fitur katalog produk dan informasi kontak dari Vefar.

3. Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Website

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan ialah pelatihan dan pendampingan penggunaan sekaligus pengelolaan konten pada pemilik Vefar agar nantinya dapat menggunakannya dengan baik. Pada tahap ini pelatihan dan pendampingan dilakukan secara virtual menggunakan aplikasi Google Meet. Hal ini dilakukan karena kondisi saat ini sedang dalam pandemi Covid-19.

PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, berikut ini hasil dan pembahasan dari kegiatan yang telah dilakukan.

1. Identifikasi Masalah Pada Mitra

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra menyampaikan bahwa pihaknya memerlukan sebuah media pemasaran online berbasis website supaya mempermudah dalam memasarkan produknya ke berbagai wilayah khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Disisi lain keberadaan website tersebut nantinya juga akan menunjang dalam proses pemasaran dan jual beli produknya di masa pandemi Covid-19 ini, hal ini dikarenakan ruang gerak dalam proses pemasaran dan penjualan dalam masa pandemi seperti ini menjadi terbatas. Selain digunakan untuk pemasaran website tersebut nantinya juga akan digunakan dalam proses branding mengingat Vefar merupakan pemain baru dalam bisnis bidang budidaya tanaman hidroponik dan penjualan sayuran segar.

2. Pembuatan Website

Pembuatan website ini bertujuan sebagai penunjang media informasi pada UMKM Vefar untuk memudahkan proses pemasaran. Dari hasil pengabdian masyarakat ini, menghasilkan sebuah website untuk media informasi dengan domain www.vefar.id dengan tampilan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 4. Tampilan Halaman Home Website

Gambar 4 merupakan Tampilan Home akan menampilkan gambaran umum Vefar atau vegetable farm baik sejarah, visi dan misi maupun video company profile. Selain itu pada website ini juga berisi halaman katalog, tips, dan e-kontak atau hubungi kami.



Gambar 5. Tampilan Halaman Katalog

Gambar 5 merupakan tampilan Halaman Katalog, halaman ini akan menampilkan berbagai macam gambar produk sayuran yang disediakan oleh Vefar. Selain itu website Vefar juga terdapat fitur tips bercocok tanam maupun tips berkebun yang akan dibagikan oleh Vefar.

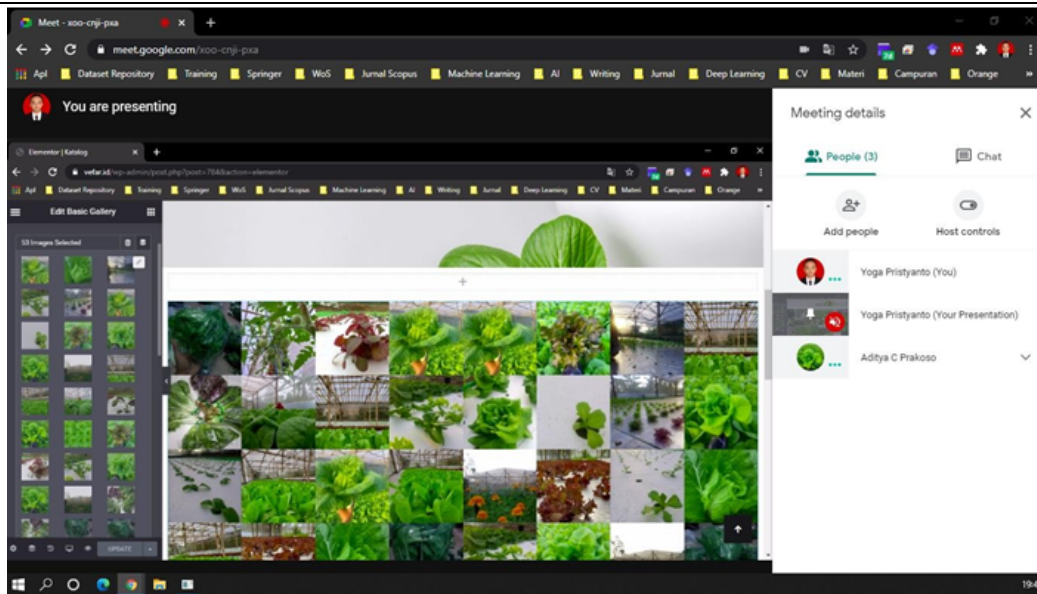


Gambar 6. Tampilan Halaman Tips

Gambar 6 merupakan tampilan Halaman Tips halaman ini akan menampilkan berbagai tips bercocok tanam maupun tips berkebun yang akan dibagikan oleh vefar.

3. Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Website

Pelatihan penggunaan dan manajemen konten website vefar.id kepada pemilik Vefar yaitu saudara Adit Chandra bertujuan agar dapat menggunakan website tersebut untuk mengupload informasi yang berupa upload katalog produk dan tips bercocok tanam dan berkebun. Pendampingan dan pelatihan dilakukan secara online melalui virtual meeting, hal ini disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang sampai saat ini belum usai. Gambar 7 merupakan pelatihan dan pendampingan penggunaan website pemilik vefar melalui virtual meeting.



Gambar 7. Proses Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Pemilik Vefar

Pelatihan dan pendampingan penggunaan website www.vefar.id lebih menekankan pada pengelolaan fitur pengelolaan konten katalog produk yaitu bagaimana melakukan unggah, edit dan hapus. Untuk fitur lain seperti posting tips berkebun dan bercocok tanam hanya ditunjukkan langkah-langkah dasarnya saja karena tampilan dan penggunaannya memang cukup sederhana serta mudah untuk digunakan.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat mitra kami yaitu UMKM Vefar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan teknologi informasi dan komputer berupa website sebagai media informasi sangat penting dan dibutuhkan bagi Vefar untuk menunjang layanan pemasaran online dan branding.
2. Pemanfaatan website dapat memudahkan akses dan sharing informasi terutama dalam berbagi tips berkebun maupun bercocok tanam.

Saran bagi pembaca untuk melanjutkan kegiatan pengabdian masyarakat di mitra kami ialah sebagai berikut:

1. Mengembangkan website www.vefar.id dengan menambahkan fitur keranjang belanja untuk melengkapi fasilitas yang ada pada website tersebut.
2. Melengkapi fitur keranjang belanja dengan fitur multi payment gateway.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberi dana dan fasilitas terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhananjaya, A. E. (2019). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Online Shop Nanauniquestore. *Jurnal Nawala Visual, 1*(2), 83–87. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.27>
- Haiqal, M. K., & Hidayat, S. (2017). Penerapan Identitas Visual Pada Media Promosi Website Wisata Kerajinan Rajapolah. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia), 2*(02), 182–199. <https://doi.org/10.25124/demandia.v2i02.934>
- Hasugian, P. S. (2018). Website Sebagai Media Promosi dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara, 3*(1), 82–86. <http://www.cakranet.com/website-sebagai-media-promosi/>
- Hernandhi, D. T., Astuti, E. S., & Priambada, S. (2018). DESAIN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEBSITE UNTUK PROMOSI (Studi Kasus pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis, 55*(1), 1–10.
- Irawan, Y., Susanti, N., & Triyanto, W. A. (2016). Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Sekolah Berbasis Website Untuk Penyampaian Informasi Sekolah Dan Media Promosi Kepada Masyarakat. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer, 7*(1), 257. <https://doi.org/10.24176/simet.v7i1.512>
- Marasabessy, F., & Samad, S. (2021). MEDIA KOMUNIKASI MITIGASI BENCANA ALAM DALAM SITUASI TANGGAP DARURAT PANDEMI COVID-19. *Jurnal PengaMas, 4*(1), 66–76.
- Putra, A. R., & Wardani, T. I. (2019). APLIKASI CMS WORDPRESS UNTUK MERANCANG WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SEKAR ARUM CATERING SIDOARJO. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis, 5*(2), 498–502. <http://www.cakranet.com/website-sebagai-media-promosi/>
- Toyib, R., Darnita, Y., Situasi, A., Bengkulu, K., Provinsi, U., & Bengkulu, P. (2020). Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana. *Jurnal Bumi Raflesia, 3*(1), 275–282.
- Wiryotinoyo, M., Budiyo, H., Akhyaruddin, Setyonegoro, A., & Priyanto. (2020). Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Sumber Belajar di Sekolah Menengah. *Jurnal Abdi Pendidikan, 01*(1), 1–5.