

Peningkatan Kualitas Media Pemasaran Tazkiya Souvenir dengan Web Profil

Elistya Rimawati¹, Wawan Laksito Yuly Saptomo², Ari Wibowo^{*3}

¹ Program Studi Sistem Informasi STMIK Sinar Nusantara, Surakarta, Indonesia

² Program Studi Informatika STMIK Sinar Nusantara, Surakarta, Indonesia

³ Program Studi Sistem Informasi D3 STMIK Sinar Nusantara, Surakarta, Indonesia

*Corresponding Author: ariwibowo@sinus.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 19 November 2024

Revised : 20 November 2024

Accepted : 20 November 2024

Available online: 21 November 2024

E-ISSN: 3063-1289

ABSTRACT

UMKM Tazkiya Souvenir produces various kinds of souvenirs for training activities or celebrations. To expand the marketing reach, UMKM Tazkiya Souvenir needs to utilize internet media. The purpose of this service activity is to assist Tazkiya Souvenir in increasing a wider marketing reach by utilizing Web Information. Data collection methods include observation, interviews, and literature studies. Web information contains superior products, profile videos, how to order, UMKM addresses, telephone numbers, and admin log in pages. The making of this web profile is expected to help marketing Tazkiya Souvenir UMKM products in the current digital era. The use of Web Profiles makes Tazkiya Souvenir UMKM products more easily recognized by the wider community without distance and time restrictions, so as to increase sales.

Keyword: UMKM Tazkiya Souvenir, Marketing, Web Profiles

1. Pendahuluan

Ilmu pengetahuan dibidang teknologi informasi yang berkembang pesat dimanfaatkan dalam berbagai bidang salah satunya adalah bidang promosi dan pemasaran. Tujuan dari pemanfaatan teknologi informasi pada bidang promosi dan pemasaran adalah untuk mempermudah penyebaran informasi suatu perusahaan atau produk-produk yang dihasilkan kepada konsumen, serta untuk mempermudah proses transaksi penjualan atau pembelian.

Masa digitalisasi pada saat sekarang ini peranan teknologi sangat penting dalam meningkatkan pemasaran produk. UMKM Tazkiya Souvenir yang memproduksi berbagai macam tas, dompet, kipas dan sebagainya. Saat ini metode pemasaran yang dilakukan UMKM Tazkiya Souvenir dengan cara lama yaitu pemasaran dari mulut ke mulut, dan menyebar brosur. Hal ini membuat jangkauan pemasaran terbatas, dan menggunakan biaya yang tidak sedikit. Untuk mengatasi permasalahan tersebut perlu memanfaatkan teknologi informasi dengan membuat web profil yang akan mempromosikan profil UMKM Tazkiya Souvenir beserta produk-produknya sehingga akan dikenal luas ke seluruh daerah dan lapisan masyarakat.

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat STMIK Sinar Nusantara membantu pihak UMKM Tazkiya Souvenir untuk promosi dan pemasaran, dengan membuat web informasi yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat sehingga informasi dari UMKM ini tidak lagi terbatas tempat dan waktu. Website sebagai salah satu aplikasi dengan beragam dokumen multimedia (teks, gambar, animasi, video) di dalamnya yang menggunakan protokol HTTP (Hypertext Transfer Protocol) dan untuk mengaksesnya menggunakan perangkat lunak yang disebut browser (Arief, 2011). Web profil ini terdapat video profil, yang memperlihatkan profil dan produk Tazkiya Souvenir. Web Profil ini penting karena mengingat bisnis dimasa digital sekarang ini sudah diterapkan oleh semua pebisnis. Dengan teknologi pemasaran yang kami berikan diharapkan UMKM Tazkiya Souvenir akan mampu bersaing dan dapat berkembang menjadi lebih besar lagi.

2. Metode dan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan sosial. Pendekatan sosial dilakukan dengan melibatkan kelompok sasaran sebagai subyek kegiatan, tidak hanya sekedar objek kegiatan.

Pendekatan sosial dilakukan dengan melibatkan kelompok sasaran dalam proses persiapan untuk menumbuhkan kesadaran bahwa mereka mempunyai masalah seperti yang dirumuskan dan perlu dilakukan pemecahan masalah. Pendekatan sosial ini juga diperlukan untuk memberi jaminan kelancaran pelaksanaan kegiatan. Secara garis besar kegiatan pelaksanaan dilakukan dalam 3 tahap yaitu : Persiapan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Pelaporan.

2.1. Persiapan Kegiatan

Tahap ini dilakukan untuk menentukan khalayak sasaran dan bidang permasalahan yang akan diselesaikan. Pada tahap ini dilakukan survey ke UMKM Tazkiya Souvenir yang beralamat di Dukuh Kergan RT 03/RW 05, Desa Wangen, Kecamatan Polanharjo, Klaten untuk melihat langsung kondisi rumah produksi. Disamping survey juga dilakukan wawancara kepada kepala pemilik dan karyawan mengenai kebutuhan UMKM Tazkiya Souvenir, khususnya yang berkaitan bidang ilmu teknologi dalam mendukung Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat. Berdasarkan hasil analisis situasi dan kebutuhan dilakukan identifikasi dan perumusan masalah-masalah khusus yang dihadapi oleh UMKM Tazkiya Souvenir khususnya pemilik mempunyai kendala dalam promosi produk dan pengembangan usaha. Selanjutnya ditentukan kondisi baru yang akan dicapai/dihasilkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kondisi baru adalah jawaban dari masalah yang telah dirumuskan. Masalah yang sudah diidentifikasi perlu dipecahkan dan sekaligus mencapai tujuan (kondisi baru) yang telah ditetapkan Pemecahan masalah yang dipilih adalah membantu membuat sarana promosi mudah diakses dan mudah diterima masyarakat dengan jangkauan yang luas yaitu dengan membuat website,

2.2. Pelaksanaan Kegiatan

Langkah langkah pembuatan website sebagai berikut :

1. Merancang Konsep
Langkah awal dalam membuat *website* dengan *wordpress* ini adalah membuat rancangan konsep atau *draft* yang menarik perhatian pengguna (*user*).
2. Mengumpulkan Data
Mengumpulkan data yang akan diperlukan dalam pembuatan aplikasi.
3. Persiapan *Hardware* dan *Software*
Memersiapkan *hardware* dan *software* yang diperlukan dalam pembuatan *website*.
4. Pembuatan Aplikasi
Membuat aplikasi dan mengintegrasikan semua elemen-elemen yang dibutuhkan seperti gambar dan teks sehingga menghasilkan *website* yang menarik.
5. Pengecekan
Percobaan dari hasil pembuatan aplikasi dan mengoreksinya.
6. Perbaikan
Memperbaiki kesalahan sesuai dari hasil koreksi. Ketika perbaikan selesai, maka dilakukan percobaan lagi.
7. Penyelesaian
Proses yang terakhir adalah penyelesaian(*finishing*)
8. Pendampingan
Pendampingan dilakukan sebagai tindak lanjut pembuatan *website* sehingga operator atau Administasi dapat mengelola *website* sebagai sarana informasi yang efektif dan efisien. Seperti memberikan informasi produk-produk baru, cara pemesanan dan persediaan barang

2.3. Evaluasi Kegiatan dan Pelaporan

Pada setiap tahap dilakukan evaluasi sehingga timbul keyakinan bahwa segala sesuatu yang telah diputuskan adalah benar, dan dapat melangkah ke tahap berikutnya dengan aman. Apabila hasil evaluasi menunjukkan kekurangan atau kelemahan maka dilakukan penyempurnaan atau penyesuaian. Pada akhir kegiatan dilakukan analisa terhadap ketercapaian tujuan dan dampak dari keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat terhadap khalayak sasaran. Evaluasi juga dilakukan terhadap seluruh pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya dilakukan penyusunan Laporan. Sebagai bentuk pertanggung jawaban pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

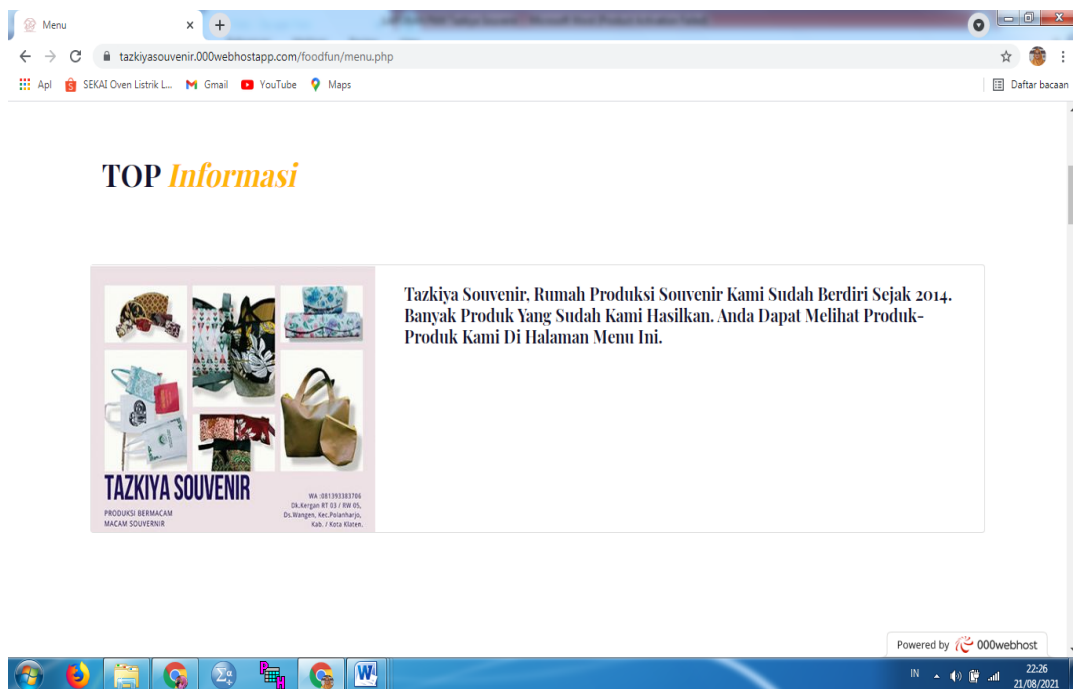
3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat peningkatan kualitas media pemasaran UMKM Tazkiya Souvenir sudah terlaksana. UMKM Tazkiya Souvenir dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi yaitu dengan web profil. Informasi produk UMKM Tazkiya Souvenir dapat diperoleh dengan adanya website ini, maka admin dapat menambahkan informasi produknya sehingga mempermudah pemasaran.

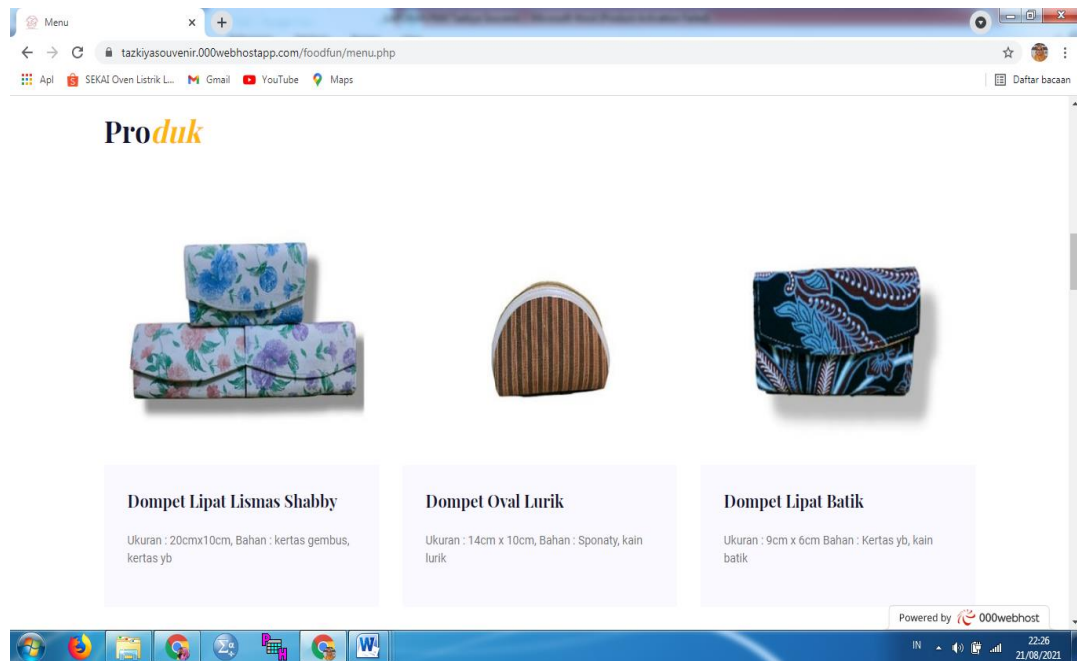
Berikut ini adalah tampilan dari web profile UMKM Tazkiya Souvenir :



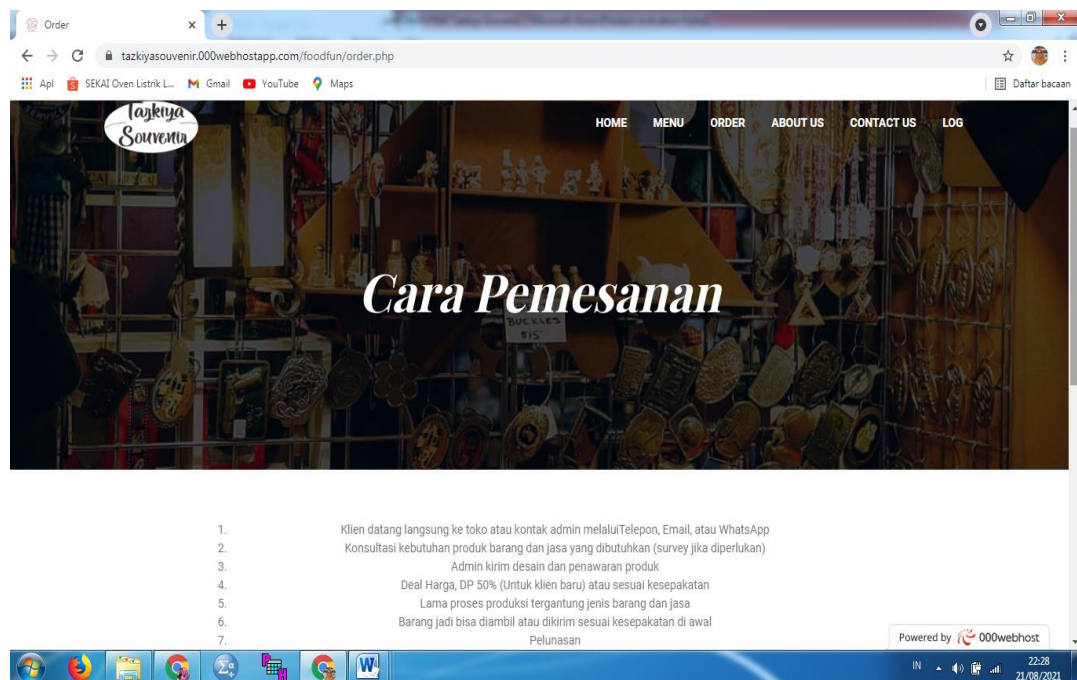
Gambar 1 Tampilan Halaman Home



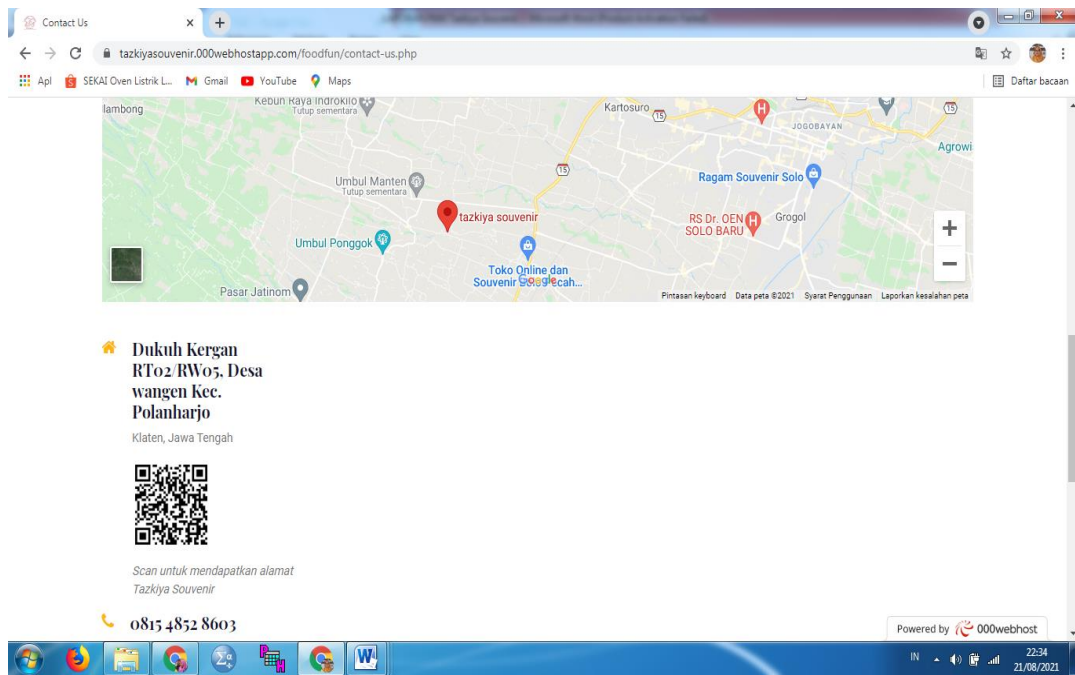
Gambar 2 Tampilan Halaman Menu Informasi



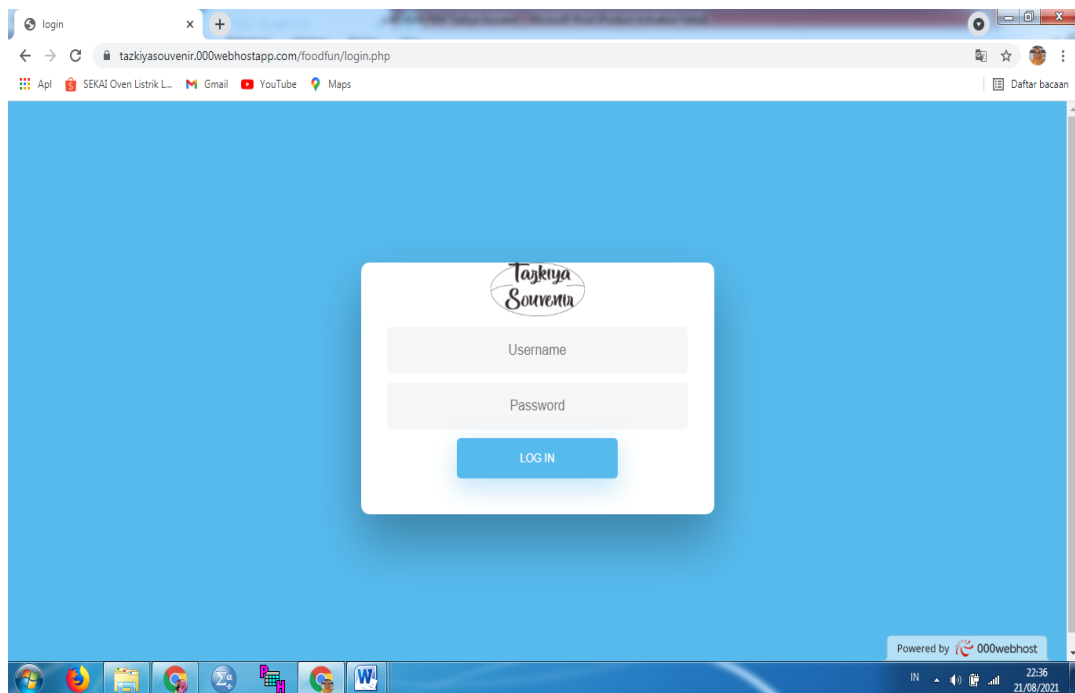
Gambar 3 Halaman Info Produk



Gambar 4 Halaman Cara Pesan



Gambar 5 Halaman Kontak



Gambar 6 Halaman Log In Admin

4. Kesimpulan dan Saran

Simpulan

Program pengabdian masyarakat ini dapat menyelesaikan masalah yang dirumuskan dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Web profil Tazkiya Souvenir merupakan media pemasaran yang bermanfaat di era digital ini, karena dengan adanya Web profil berbasis internet maka dapat menjangkau pemasaran UMKM lebih luas dan tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Calon Customer dan warga masyarakat juga dapat lebih mudah memperoleh informasi produk.

Saran

UMKM Tazkiya dalam mengembangkan promosi usahanya selain dengan Web profile ini dapat memanfaatkan teknologi lainnya yang saat ini berkembang, yaitu menggunakan E-Commerce.

Daftar Pustaka

- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural*, 77–88.
- Lubis, D. S. (2023). Membangun Company Profile CV. Muda Kopi Indonesia Sebagai Media Pemasaran Berbasis Web Dengan Bootstrap. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2074–2081.
- Ramdan, A., & Haryanto, K. (2024). Perancangan Company Profile Berbasis Web Sebagai Sarana Pemasaran PT Dinamika Sukma Mulia. *JR: Jurnal Responsive*, 8(01), 62–70.
- Roziqin, A. K., Arianto, W., & Saprudin, S. (2023). Perancangan Company Profile Berbasis Web sebagai Sarana Pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. *Journal of Research and Publication Innovation*, 1(2), 384–394.
- Sasongko, D., Yulawati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 68–73.