

Perancangan Web untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM pada CV Tiga Menara Sejahtera di Masa Pandemi Covid-19

V.H. Valentino¹, Andreas Adi Trinoto^{2*}^{1,2}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI**ARTICLE INFO****Article History:**

Received: 5 November 2021

Revised: 13 Februari 2022

Accepted: 28 Maret 2022

Keywords:

Perancangan web;

Pemasaran;

UMKM;

Covid-19.

ABSTRACT

In the current era of the Covid-19 pandemic, it greatly affects the economy of people in the world, especially for the lower middle class, therefore in promoting the results of MSMEs adapting web-based digital technology, so that businesses can continue to run and there are business movements that have been fostered so far, this web design will increase the market share of MSMEs, expand to various groups and distant locations which will later be regulated by the previously discussed agreement which changes the habits that have been carried out so far, therefore all the information listed on the web page on promotions must be in accordance with the real situation of the form offered, so as to make buyers confident when making transactions with this developed business then self-development is given for MSMEs to learn what an e-commerce web is and how to operate web applications such as html, css, html, form layout, page template, javascript etc. Due to the advancement of current web-based technology, MSMEs need to upgrade their knowledge in conducting promotions. Web Hosting is a way of activating a web that is made to be spread over the internet world, through electronic media that is quite close to the community during the pandemic so that all businesses owned can develop rapidly.

Di era pandemi Covid-19 saat ini sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat di dunia khususnya untuk kalangan menengah ke bawah, oleh karena itu dalam mempromosikan hasil UMKM mengadaptasi teknologi digital berbasis web, agar usaha dapat terus berjalan dan ada pergerakan bisnis yang telah dibina selama ini, desain web ini akan meningkatkan pangsa pasar UMKM, meluas ke berbagai kalangan dan lokasi yang jauh yang nantinya akan diatur dengan kesepakatan yang telah dibahas sebelumnya yang mengubah kebiasaan yang telah dilakukan sehingga maka dari itu semua informasi yang tertera pada halaman web tentang promosi harus sesuai dengan keadaan sebenarnya dari form yang ditawarkan, agar pembeli percaya diri saat bertransaksi dengan bisnis yang dikembangkan ini maka diberikan pengembangan diri bagi UMKM untuk mempelajari apa web e-commerce adalah dan cara mengoperasikan aplikasi web seperti html, css, html, tata letak formulir, templat halaman, javascript, dll. Karena kemajuan basis web saat ini d teknologi, UMKM perlu meningkatkan pengetahuannya dalam melakukan promosi. Web Hosting adalah suatu cara pengaktifan web yang dibuat untuk tersebar di dunia internet, melalui media elektronik yang cukup dekat dengan masyarakat pada masa pandemi agar semua bisnis yang dimiliki dapat berkembang pesat.



© 2022 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

V.H. Valentino

Email: v.h.valentino.na@gmail.com

INTRODUCTION

Memasuki pandemi Covid-19, dengan berbagai upaya pemerintah menanggulangi penyakit ini. Pada sisi keuangan pada berbagai negara mengalami guncangan luar biasa drastis sehingga membutuhkan solusi yang luar biasa pula untuk memperkenalkan cara baru dalam berusaha (R.Y. Kim, 2020). Pada sisi lain juga tercatat bahwa peningkatan penggunaan teknologi pintar pada *handphone* berkaitan erat dengan pandemi Covid ini (Y. Suimon and M. Yanai, 2020), roda ekonomi keluarga mikro tampaknya cukup terdampak secara psikologi dalam pertumbuhan kehidupan sosial anak (H. Adwiluvito and S. A. Rakhmawan, 2020).

Daya beli dengan cara bayar tradisional yang mengharuskan pertemuan sosial, menjadi tidak relevan karena aturan yang mengharuskan warga menjaga protokol kesehatannya. Dalam hal ini, kami mendorong pelaku usaha kecil dan menengah atau UMKM untuk memindahkan tempat jual belinya pada cara digital berbentuk web (S. Heripracoyo and S. Adi, 2019) dan cara ini yang telah banyak dilakukan oleh setiap negara untuk tetap mendapatkan pemasukan saat pandemi (L. Minaeva, 2019).

Selain pada *marketplace*, kita bisa belajar banyak tentang keberhasilan web (X. Zhu, R. Yan, and J. Zhang, 2015), web juga teknologi mudah yang dapat dibuat dan dijadikan sebagai salah satu alat promosi produk/jasa tanpa perlu ekstra belajar banyak layaknya suatu aplikasi berbasis *mobile* (L. A. Rahoo, Z. H. Baladi, S. Arshad, M. A. K. Nagar, and S. Rustamani, 2019), diharapkan dengan penyuluhan web ini, pelaku usaha kecil dan menengah atau UMKM mendapat sedikit perubahan cara pandang mempromosikan produk/jasanya (M. Qadah and S. M. Al-Shomrani, 2011).

METHOD

Metode yang digunakan adalah metode Deskriptif, dengan penyuluhan mengenai peran teknologi web yang akan dibuat dan disesuaikan dengan produk yang akan dipasarkan, mengajari cara membangun sebuah web pada salah satu situs penyedia layanan web, merancang tampilan web yang menarik perhatian pembeli, mempermudah pembeli dalam melakukan transaksi melalui media komunikasi, menampilkan harga-harga yang bersaing, dan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan produk yang ditawarkan melalui web yang dirancang secara bersama, sehingga tetap dapat menjual semua hasil produksi yang dibuat pada masa pandemi Covid19 ini.

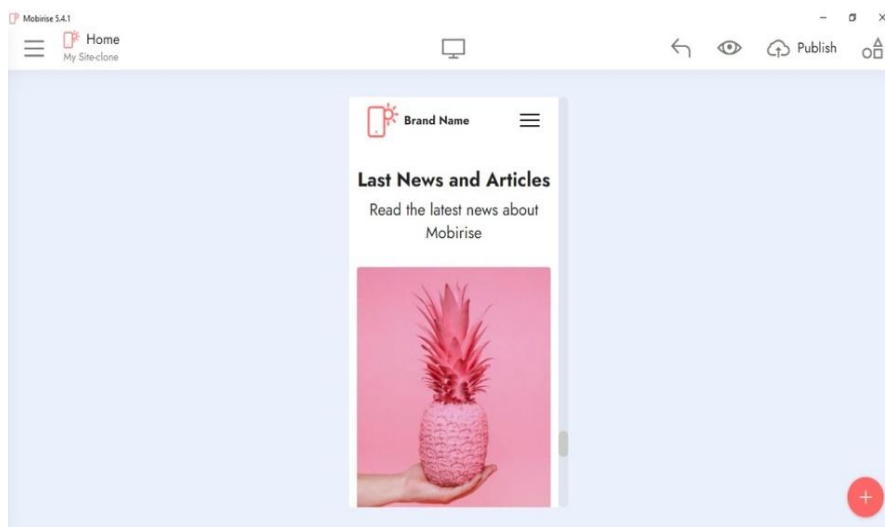
RESULTS AND DISCUSSION

Tim pelaksana melakukan pembaruan materi untuk mempermudah UMKM beradaptasi dengan teknologi, sehingga pengusaha lokal dapat segera menikmati kemudahan dari kemajuan di era serba cepat dan praktis ala digital. pengenalan aplikasi web yang sudah mendunia di antaranya bernama Mobirise kami hadirkan agar pengusaha lokal dapat menghadirkan tampilan profesional, tanpa perlu pusing lagi belajar *coding* bahasa pemrograman, dengan metode *drag and drop* pengguna awam dapat dengan cepat mengatur tampilan yang diinginkan.

Kemudian selain itu, tim juga memberi tip dan trik supaya web yang sudah berjalan atau web yang akan dibuat kemudian bisa memberikan dampak yang luar biasa. Berikut tips dan trik dari tim kepada mitra menggunakan *permalink* sederhana supaya mudah dikenali oleh mesin pencari Google.; membuat judul konten yang menarik agar orang langsung tertarik membaca konten yang kita buat.; menambahkan gambar sederhana atau video pendek agar calon pembeli tidak bosan.; memanfaatkan *heading* dan *subheading* agar orang lebih mudah menemukan poin-poin penting yang mereka butuhkan.

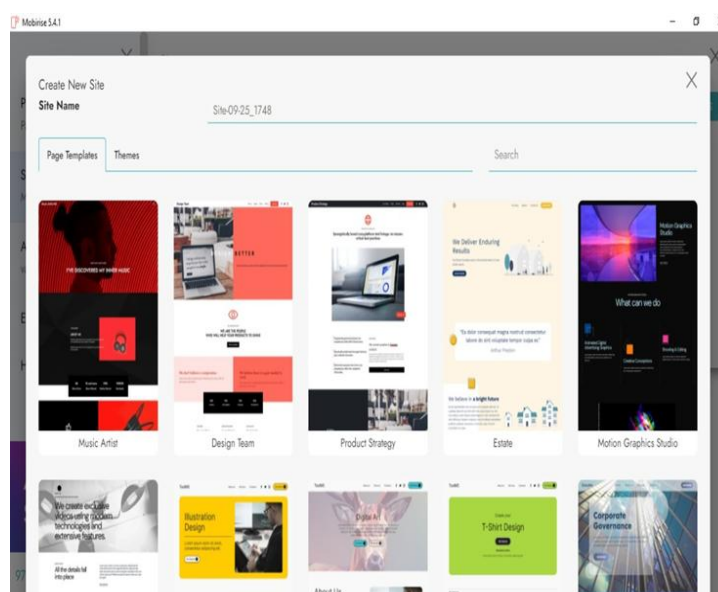
Selain itu mitra juga dapat meletakkan *focus keyword (optional)* di 100 kata pertama, sekedar memberikan kesan yang baik kepada pembaca / konsumen.; Menggunakan tema responsif agar kompatibel dengan perangkat apapun, baik *desktop*, tablet, maupun perangkat *mobile*.; menyisipkan *outbound link*, sehingga konten produk atau jasa yang kita buat mudah dikenali dan terdapat sumber rujukan yang sudah bereputasi.; tips berikutnya adalah memaksimalkan *internal link*, ini berfungsi untuk menunjukkan keterhubungan antar konten di website.

Kemudian dengan meningkatkan kecepatan website, tentunya dengan bantuan *tools loading website* agar calon konsumen tidak bosan menunggu.; menambahkan tombol *share* pada media sosial, cara ini juga dapat membantu calon pembeli tertarik pada produk/jasa yang ditawarkan.; membuat konten yang solutif merupakan langkah yang juga harus diperhitungkan, karena pembaca atau calon pembeli merasa dimudahkan oleh konten tersebut.; yang terakhir adalah mengatur link tersebut menjadi *open in new tab*, sehingga orang tidak merasa kerepotan mengetik alamat web yang akan dituju.



Gambar 1. Tampilan GUI

Pada gambar 1, merupakan tampilan simpel yang oleh orang awam menjadi suatu daya tarik, yang kemudian dapat mudah diterima.



Gambar 2: Pemilihan template

Pada gambar 2, *template* yang sudah siap pakai merupakan suatu nilai jual tersendiri, sedangkan di pihak *user*, *user* mendapat *insight* apa saja yang diperlukan untuk mempromosikan produk dan jasanya pada web tersebut.

Kerjasama dan komunikasi yang baik menjadi kunci hingga kegiatan penyuluhan perancangan web ini terselenggara dan berjalan baik, tanpa hambatan yang berat. Mitra mendapat informasi tentang pemanfaatan teknologi yang bisa diterapkan dan selain itu mitra juga memperoleh ilmu tentang web untuk mempercepat pemasaran produk atau jasa.

CONCLUSION

Dengan meningkatnya jumlah uang yang beredar pada dunia digital, pemasaran melalui web pada masa pandemi ini dinilai cukup efektif. Menjangkau segala kalangan dengan bermodalkan jaringan internet, tampilan produk yang sesuai dengan yang aslinya, serta rasa yang dapat diterima oleh masyarakat, menjadikan CV. Tiga Menara Sejahtera lebih dikenal orang. Cepat atau lambat teknologi web akan diketahui khalayak umum sebagai ilmu dasar untuk pemasaran produk/jasa, semoga ilmu ini dapat diterapkan bagi pelaku usaha kecil dan menengah lainnya. Ke depannya semoga masyarakat dapat menghargai setiap teknologi yang dipelajari di bangku kuliah dan diciptakan yang tidak lain bertujuan untuk memudahkan kehidupan sehari-hari dalam melakukan berbagai kegiatan. Pelaku usaha kecil dan menengah atau UMKM yang awam dengan teknologi, dapat dikatakan mengalami ketertinggalan informasi dan kalah saing. Diharapkan, akademisi dan praktisi teknologi membantu untuk masyarakat yang siap dengan digitalisasi ini.

REFERENCES

- R. Y. Kim, 2020. "The Impact of COVID-19 on Consumers: Preparing for Digital Sales," in *IEEE Engineering Management Review*, vol. 48, no. 3, pp. 212-218, 1 thirdquarter, Sept. 2020.
- Y. Suimon and M. Yanai, 2020. "Analysis of economic activity using mobile phone GPS data and estimating impact of COVID-19," *2020 9th International Congress on Advanced Applied Informatics (IIAI-AAI)*, 2020, pp. 725-728.
- H. Adwiluvito and S. A. Rakhmawan, 2020. "Proposing Additional Indicators Related to COVID-19 to the Children's Social Vulnerability Index in Indonesia," *2020 International Conference on Data Analytics for Business and Industry: Way Towards a Sustainable Economy (ICDABI)*, 2020, pp. 1-5,
- S. Heripracoyo and S. Adi. 2019. "Implementation of Tourism Business Web," *Proc. 2019 Int. Conf. Inf. Manag. Technol. ICIMTech 2019*, vol. 1, no. August, pp. 30–35.
- L. Minaeva, 2019. "Place Promotion in Digital Environment," *Proc. 2019 IEEE Commun. Strateg. Digit. Soc. Semin. ComSDS 2019*, pp. 81–84
- X. Zhu, R. Yan, and J. Zhang, 2015. "An empirical study of the online promotion for the top 10 e-commerce websites in China," *2015 12th Int. Conf. Serv. Syst. Serv. Manag. ICSSSM 2015*
- L. A. Rahoo, Z. H. Baladi, S. Arshad, M. A. K. Nagar, and S. Rustamani, 2019. "Use of Web 2.0 Tools for Marketing and Promotion of Library Services in Higher Education Institutes of Sindh," *2018 IEEE 5th Int. Conf. Eng. Technol. Appl. Sci. ICETAS 2018*, pp. 1–5.
- M. Qadah and S. M. Al-Shomrani, 2011. "Teaching web development course in information system department," *2011 3rd Int. Congr. Eng. Educ. Rethink. Eng. Educ. W. Forward, ICEED 2011*, pp. 165–168.