

PEMBINAAN PEMBUATAN SITUS E-COMMERCE UNTUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA BATAM

Yopi¹, Jonmaianto Sihombing², Helprida Simamora³

¹Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional.

^{2,3}Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional

Email: yopi@indobarunasional.ac.id

ABSTRACT

Culinary business is very developed in the City of Batam, especially the majority of the community is workers. Because not have no time to cook, citizens prefer to buy food outside while relaxing with the family. Demand more and more, more and more are also opened businesses in the culinary field. So the competition in selling gain weight. Ecommerce try a team of dedicated make solution to improve a positive image to the community of Batam. Design packaging that is attractive to the attention own for the buyer. Taste indeed determine the purchase back, with a pretty look is expected to add a positive value in the eyes of the customer. The solution of the servant will apply to create unique shapes as well as print different layouts. Do not forget also the factor of economic, looking so packaging does not need the expensive cost. Management of marketing team of servants propose to provide guidance how the business can still maintain lelangungan business as well as remain attentive to the satisfaction of the buyer. More detail, namely: analysis, planning, implementation, and supervision program for the purpose of the culinary business keep moving forward and growing. The progress of the current activities is already making a second web of partners, will do the finishing, packaging and some coaching marketing.

Keywords: *An Ecommerce, Packaging Design, Marketing Management*

ABSTRAK

Usaha kuliner sangat berkembang di Kota Batam, terlebih lagi mayoritas masyarakat merupakan pekerja. Karena tidak punya waktu untuk memasak, warga lebih suka membeli makanan diluar sambil bersantai dengan keluarga. Permintaan semakin banyak, semakin banyak juga dibuka usaha usaha di bidang kuliner ini. Sehingga persaingan dalam berjualan bertambah berat. Ecommerce mencoba tim pengabdian jadi solusi untuk meningkatkan citra positif kepada masyarakat Kota Batam. Desain pengemasan (packaging design) yang menarik menjadi perhatian sendiri bagi pembeli. Rasa memang menentukan pembelian kembali, dengan tampilan yang cantik diharapkan akan menambah nilai positif di mata pelanggan. Solusi yang pengabdian akan terapkan dengan membuat bentuk yang unik serta print layout yang berbeda. Tidak melupakan juga faktor ekonomisnya, mencari agar pengemasan tidak membutuhkan biaya yang mahal. Manajemen pemasaran yang tim pengabdian usulkan dengan memberikan pembinaan bagaimana usaha tetap dapat mempertahankan lelangungan usaha serta tetap memperhatikan kepuasan pembeli. Lebih detail lagi yakni: penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program agar tujuan usaha kuliner tetap maju dan berkembang. Kemajuan kegiatan saat ini sudah membuat web kedua mitra, akan melakukan finishing kemasan dan beberapa pembinaan pemasaran.

Kata Kunci: Aplikasi Ecommerce, Packaging Design, Manajemen Pemasaran

PENDAHULUAN

Berikut ini merupakan uraian analisis situasi yang berfokus pada kondisi terkini kedua mitra:

a. Usaha kuliner pertama: *Cake Tape Nona*.



Gambar 1. Produk dari *Cake Tape Nona*

Usaha ini berawal dari iseng iseng mengatasi kejenuhan di rumah karena pemilik usaha (Vitria Laili Rahmawati) sebagai ibu rumah tangga. Bermula membuat cookies untuk lebaran menerima pesanan tetangga, teman dekat. Melihat pangsa pasar bagus pemilik usaha lanjutkan ke nasi kotak, aneka tumpeng, nasi box, snack box, birthday *Cake*, donat dengan aneka topping.

Tahun 2009 usaha ini mulai dirintis dan untuk saat ini pemilik usaha lebih fokuskan ke *Cake Tape Nona*, karena banyak teman setiap berpergian selalu membawa *Cake Tape Nona* sebagai buah tangan. *Cake Tape Nona* mempunyai slogan 'Rasakan Bedanya' untuk menarik pembeli. *Cake Tape Nona* dari Batam ini juga menjadi salah satu oleh-oleh buah tangan, sehingga tidak heran baik dari Warga dari Kota Tanjungpinang membeli *Cake tape* disini. Selain harganya terjangkau *Cake Tape Nona* juga menyediakan layanan Delivery Order khusus Kota Batam dengan menghubungi nomor ini 0811 7741 099.

Karyawan tetap ada dua orang. Karena produksi dilakukan jika ada pesanan, maka harus mengajak tenaga yang sifatnya sementara. Pesanan biasanya datang di hari Sabtu dan hari Minggu. Usaha ini telah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan ijin P-IRT. Sehingga pembeli tidak pernah meragukan lagi produk dari *Cake Tape Nona* ini.

Persoalan yang dihadapi diantaranya masalah promosi. *Cake Tape Nona* dikenal selain dari mulut ke mulut dikenalkan juga melalui sosial media Facebook. Promosi terus dilakukan tetapi belum mempunyai *Website* resmi. Dari wawancara yang kami lakukan pernah juga promosi melalui radio.



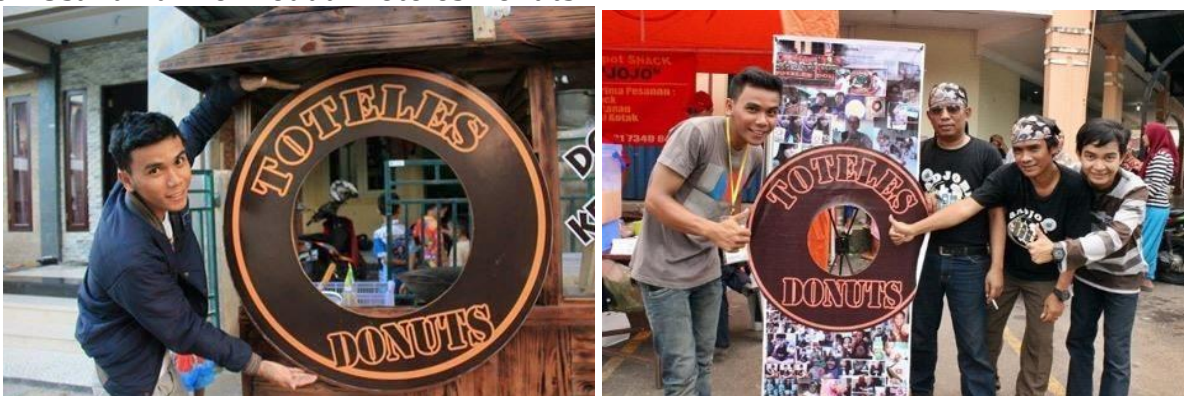
Gambar 2. Cake Tape Nona Promosi di Radio Zoo FM

Permasalahan berikutnya tentang masalah kemasan. Agar terlihat berbeda dengan yang lain mereka memesan kotak untuk kue harus ke Cimahi. Dimana pemesanan harus dalam jumlah banyak dan dengan pilihan yang terbatas. Belum lagi dengan ongkos kirim dari Cimahi ke Batam.

Persoalan tenaga *temporary* belakangan ini muncul. Jika pemesanan diluar kapasitas produksi dan permintaan banyak maka tenaga sementara harus dicari. Dari wawancara yang kami lakukan beberapa hari yang lalu beliau cerita pernah hanya tidur tiga jam sehari karena kebanjiran orderan.

Masalah lain masih banyak diantaranya tentang modal serta perputaran uang. Peralatan masak kue yang belum lengkap seperti oven dengan kapasitas besar, mixer yang bisa mengadon dalam jumlah banyak.

b. Usaha kuliner kedua: Toteles Donuts.



Gambar 3. Stand depan gerobak Toteles Donuts

Risyanto pemilik usaha memulai sebuah usaha Toteles Donuts hanya membutuhkan dana kurang dari dua juta untuk membuka usaha donat tersebut. Pemilik dari Toteles Donuts ini sendiri merupakan anak muda berumur dua puluh lima tahun

yang tertarik pada bidang kuliner dan berupaya untuk berwirausaha dan mandiri. Dan sekarang sudah terbukti memang sudah mandiri.

Produk utama dari Toteles Donuts adalah donat dengan bahan kentang dengan ukuran mini yang memiliki rasa dan tekstur yang berbeda dari donat kentang lainnya. Selain rasa donat yang enak dan selalu membuat pembelinya ketagihan. Stand gerobak yang digunakan juga sangat unik. Para pembelipun dapat berfoto selfie bersama donatnya ataupun gerobaknya. Harga yang ditawarkanpun sangat terjangkau, donat ini dijual per kemasan yang berisi 10 buah donat dengan harga sepuluh ribu rupiah saja. Untuk menarik pembeli Toteles Donut mempunyai slogan “Donut Selfie”.

Karyawan tetap ada 5 orang, sudah ada tugas masing masing. Sedangkan cabang ada empat tempat, 3 tempat di area Batam Center dan satu lagi ada di daerah Tiban. Kapasitas produksi kue donat sudah sampai 2500 pcs. Selain membuka stand di 4 tempat tadi juga mendapatkan pesanan rutin dari kawasan perusahaan di Batamindo salah satunya PT SIIX Electronics Indonesia.

Persoalan yang dihadapi diantaranya masalah promosi. Walaupun beberapa promosi menggunakan sosial media, *Website* resminya belum ada. Sebenarnya produknya tidak hanya donut saja, tetapi cookies dengan 17 macam untuk kue lebaran serta ada juga untuk souvenir seperti untuk ulang tahun atau pernikahan.



Gambar 4. Produk Toteles Cookies



Gambar 5. Produk Toteles Souvenir.

Karena penjelasan produk hanya di sosial media, banyak pelanggan tidak mengetahui detail semua produk dari Toteles Donuts ini.

Kemasan juga masih ala kadarnya, hanya membeli kemasan standar yang dapat di beli di toko kue. Sehingga nilai uniknya belum begitu terlihat. Permasalahan manajemen keuangan juga di utarakan pada saat kami melakukan wawancara. Belum rapi katanya, belum sempat belajar lagi karena disibukan dengan produksi kue.

PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan pada analisis situasi di atas, permasalahan pada kedua mitra tersebut sebagai berikut. Kami telah menentukan permasalahan prioritas mitra dan juga telah disepakati bersama kedua mitra. Terdapat tiga kemiripan dari kedua mitra (*Cake Tape Nona* dan *Toteles Donuts*) yaitu belum punya *Website* resmi, desain kemasan dan manajemen pemasaran berikut lebih detailnya:

1. Belum punya *Website* resmi untuk promosi.
Untuk keperluan *branding* sebuah produk kedua mitra menginginkan aplikasi *ecommerce* yang berisi semua produk dan detail deskripsinya. Mereka juga menginginkan agar pelanggan pelanggannya mendapatkan informasi terbaru tentang produk kulinernya. Terutama produk yang sesuai dengan *timing*-nya seperti kue lebaran, kue natal atau *event event* lainnya.
2. Desain Kemasan.
Kedua mitra ingin produk kulinernya memiliki kemasan yang menjual, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian dari pelanggannya. Ingin unik atau ingin berbeda dengan yang lainnya. Tetapi juga harus mempertimbangkan harga, seperti Ibu Fitria pemilik usaha *Cake Tape Nona* yang harus membeli kemasan dari Cimahi.
3. Manajemen Pemasaran.
Pada saat wawancara dengan kedua mitra, kami menanyakan apa yang mereka butuhkan. Dan mereka menginginkan pembinaan berkaitan dengan manajemen pemasaran seperti bagaimana cara menganalisa, cara perencanaan program pemasaran, cara pelaksanaannya serta bagaimana evaluasi program-program yang telah ditetapkan sebelumnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan serta penjelasan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan sebagai berikut. Kami tim pengabdian berasal dari 3 program studi: sistem informasi, teknik informatika dan manajemen. Terdapat 3 macam kegiatan yang akan dilakukan dalam melaksanakan solusi dari permasalahan kedua mitra yaitu:

1. Kegiatan permasalahan *Website* resmi (sistem informasi)
Berikut ini adalah daftar kegiatan yang akan dilakukan:
 - a. Pembelian nama domain untuk kedua mitra.
 - b. Pemesanan hosting untuk penyimpanan aplikasi *ecommerce*.
 - c. Pemilihan CMS yang cocok dengan masing masing usaha mitra.
 - d. Pemasangan CMS pada hosting yang sudah dipesan.
 - e. Pemesanan template yang berbayar agar tampilan lebih menarik.
 - f. Pelatihan kepada kedua mitra untuk mengelola aplikasi *ecommerce*.
 - g. Pelatihan cara upload konten, gambar produk, deskripsi, harga dan tampilan yang mereka inginkan.

- h. Pemasangan aplikasi *chat online* di aplikasi ecommerce dengan tawk.to.
 - i. Pelatihan penggunaan aplikasi *chat* untuk menambah pelayanan kepada pelanggan yang akan membeli atau bila ada pertanyaan lain mengenai produk.
 - j. Pelatihan agar terhindar dari hacker.
 - k. Pelatihan cara meng-*backup* data dari hosting.
 - l. Pelatihan SEO, agar *Website* dari kedua mitra populer di mata search engine (misalnya Google)
2. Kegiatan permasalahan *packaging design* (teknik informatika)
Berikut ini adalah daftar kegiatan yang akan dilakukan:
- a. Penyiapan logo yang sudah ada.
 - b. Spesifikasi produk dan deferensiasi produk.
 - c. Analisis fitur kemasan VIEW (Visibility, Information, Emotion Appeal, Workibility)
 - d. *Brand Positioning*, memposisikan produk mitra sebagai dessert spesial yang berkualitas, menyenangkan dan dapat dijadikan sebagai alternatif hadiah.
 - e. *Brand Identity*, Identitas merek yang akan ditampilkan pada kemasan.
 - f. Pencarian alternatif gambar atau ilustrator.
 - g. Pemilihan Jenis *font*/Tipografi.
 - h. Penentuan warna.
 - i. Penentuan komposisi / tataletak.
 - j. Pemilihan bahan material.
 - k. Penjaringan ide dari bentuk kemasan.
 - l. *Finishing*.
3. Kegiatan permasalahan manajemen pemasaran (ilmu manajemen)
Berikut ini adalah daftar kegiatan yang akan dilakukan:
- a. Pelatihan pemilihan pasar jika memang perlu diulang kembali,
 - b. Pelatihan perencanaan produk bila memungkinkan untuk memperbanyak varian,
 - c. Pelatihan penetapan harga yang tepat,
 - d. Pengkajian ulang sistem distribusi,
 - e. Pelatihan komunikasi pemasaran/ promosi.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program sangat diharapkan. Selain memperhatikan sebagai pendengar dari setiap pelatihan maupun pembinaan, juga diharapkan bisa langsung praktek. Sehingga penerimaan pelatihan atau pembinaan akan semakin lancar. Adapun evaluasi pelaksanaan program yang keberlanjutan setelah selesai kegiatan PKM dilaksanakan antara lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

a) Aplikasi Ecommerce

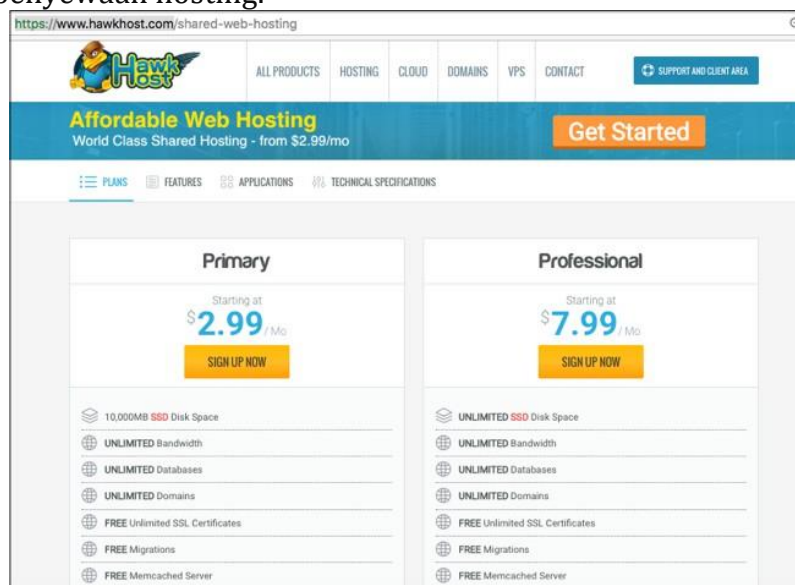
Aplikasi Ecommerce yang pengabdian dilaksanakan sudah selesai 85%. Berikut ini adalah daftar kegiatan yang sudah kami dilakukan:

1. Pembelian nama domain untuk kedua mitra.

Tim pengabdian sudah membicarakan tentang nama domain yang akan dipakai. Kami sudah menepakati nama domainnya yaitu: <https://Caketapenona.com/> untuk mitra Cake Tape Nona dan <http://totelesbakehouse.com/> untuk mitra Toteles. Domain kami belanjakan untuk satu tahun. Jadi tahun berikutnya mereka yang akan memperpanjang.

2. Pemesanan hosting untuk penyimpanan aplikasi ecommerce.

Dengan pertimbangan yang ada kami memilih : <https://www.hawkhost.com/> sebagai tempat penyewaan hosting.



Gambar 6. Tempat penyewaan hosting.

3. Pemilihan CMS yang cocok dengan masing masing usaha mitra.

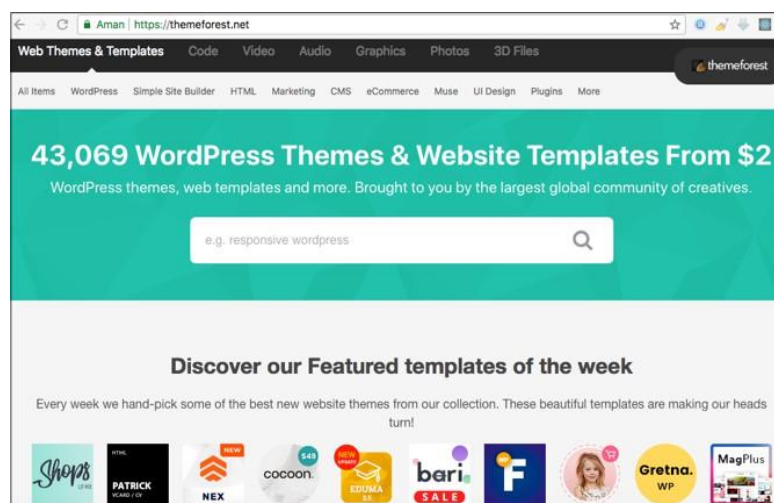
Content Management System yang kami pakai adalah Wordpress. Kami mengutamakan kemudahan dalam memelihara, sehingga diharapkan kedua mitra dapat secara mandiri dapat mengelolanya. Selain *free* wordpress mudah untuk dikustomisasi dan menyediakan banyak theme dan plugin. Wordpress juga mendukung proses pembuatan kategori. Mendukung multi bahasa, kami gunakan Bahasa Indonesia.

4. Pemasangan CMS pada hosting yang sudah dipesan.

CMS sudah di pasang dihosting yang sudah kami belanjakan.

5. Pemesanan template yang berbayar agar tampilan lebih menarik.

Kami belanjakan template sesuai mitra. Kami tawarkan beberapa template *Website*, dan mereka memilihnya. Tim Pengabdi membelajarkan templatennya di themeforest.



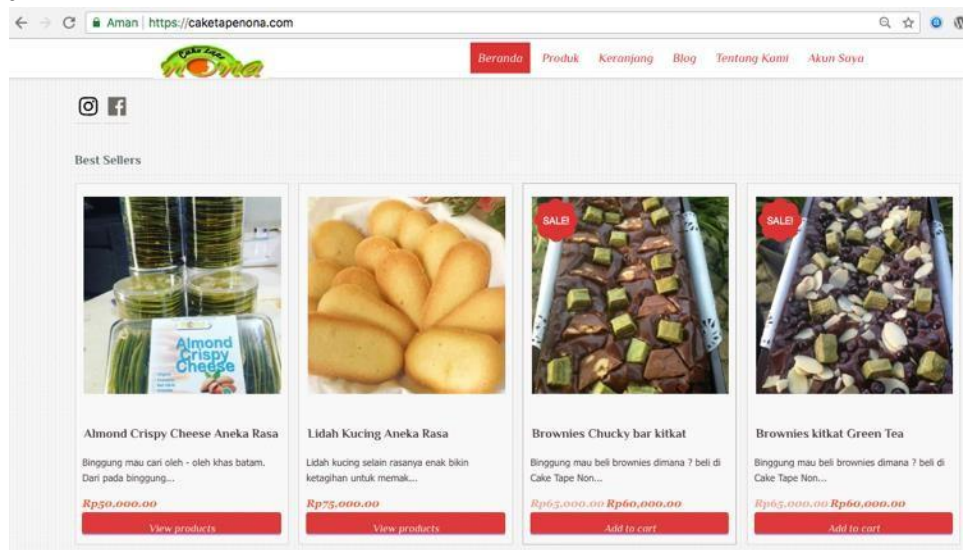
Gambar 7. Tempat pembelian template

6. Pelatihan kepada kedua mitra untuk mengelola aplikasi ecommerce.

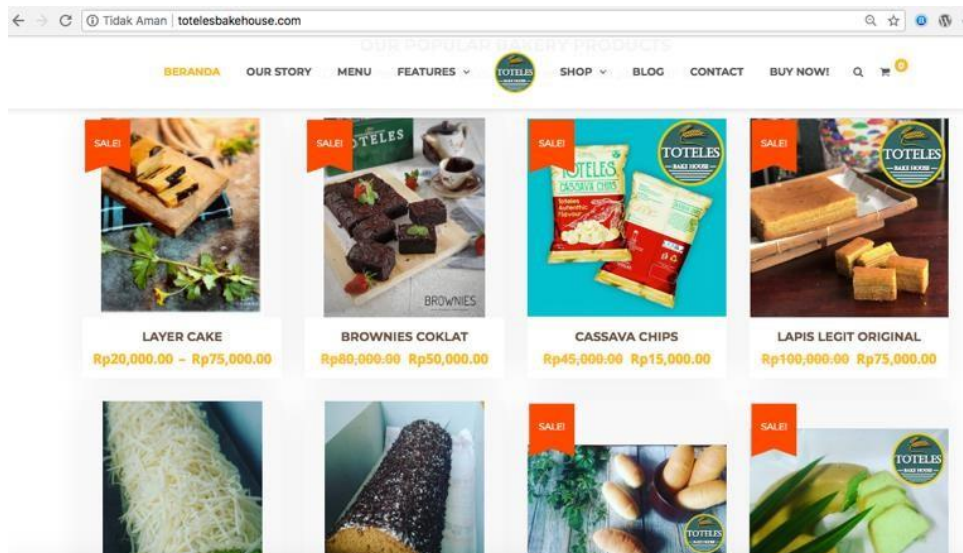
Untuk mempermudah dalam ecommerce, tim pengabdian menambahkan plugin Woocommerce di dalam CMS. Woocommerce memiliki dukungan forum yang banyak sehingga jika mitra mengalami kesulitan, mitra akan mudah memperoleh banyak jawaban dan juga banyak masukan. Selain itu memiliki banyak tambahan plugin guna kebutuhan toko online dan mudah untuk dikembangkan dan juga dikustomisasi agar menarik dan banyak dikunjungi pelanggan mitra.

7. Pelatihan cara upload konten, gambar produk, deskripsi, harga dan tampilan yang mereka inginkan.

Kedua mitra menggunakan template yang berbeda. Jadi kami membina di waktu dan tempat yang berbeda juga. Agar fokus di setiap permasalahan kedua mitra. Berikut ini hasil sementara aplikasi ecommerce yang telah tim pengabdian dan mitra secara bersama.



Gambar 8. Website Cake Tape Nona



Gambar 9. Website Toteles Bake House

b). Packaging Design

Berikut ini adalah daftar kegiatan yang telah kami lakukan:

1. Penyiapan logo yang sudah ada.

2. Spesifikasi produk dan deferensiasi produk.
3. Analisis fitur kemasan VIEW (*Visibility, Information, Emotion Appeal, Workibility*)
4. Brand Positioning, memposisikan produk mitra sebagai dessert spesial yang berkualitas, menyenangkan dan dapat dijadikan sebagai alternatif hadiah.
5. Brand Identity, Identitas merek yang akan ditampilkan pada kemasan.
6. Pencarian alternatif gambar atau ilustrator.
7. Pemilihan Jenis font/Tipografi.
8. Penentuan warna.

Agar hasilnya lebih meyakinkan lagi kami juga konsultasikan dengan Bapak Adrian Yudha Perdana, seorang tokoh design grafis yang terkenal di Batam untuk bidang kuliner.

c). Manajemen Pemasaran

Berikut ini adalah daftar kegiatan yang telah kami lakukan:

1. Pelatihan pemilihan pasar jika memang perlu diulang kembali,
2. Pelatihan perencanaan produk bila memungkinkan untuk memperbanyak varian,
3. Pelatihan penetapan harga yang tepat,

SIMPULAN

Dari beberapa kegiatan yang telah kami laksanakan, tim pengabdian dapat memberikan beberapa kesimpulan:

1. Kedua mitra mudah dalam mengelola sebuah Aplikasi Ecommerce, karena asalkan dokumentasi aplikasi kuat.
2. Packaging Design yang diinginkan kedua mitra harus menyesuaikan tema dari produk dan target pasar.
3. Manajemen Pemasaran melihat kondisi yang ada, melaksanakan ide kreatif baru dan mengevaluasi hasil tindakan yang telah dilakukan.

DAFTAR RUJUKAN

- Lim, Stephanie, Bing Bedjo Tanudjaja, Daniel Kurniawan Salamoon, (2015) *Perancangan Kemasan Produk "Choco Molten" Online Bakery InstaCake Sebagai Media Promosi*, Jurnal DKV Adiwarna Vol 1 (2015), p. 1-12.
- Masnah, Hapid, Haedar. (2012) *Strategi Pemasaran Industri Kue Bagea Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Masamba Kabupaten Luwu Utara*, Jurnal Equilibrium, Vol. 2, No. 1 2012 p. 35-39.
- Masrifah, Yohanes Suhari. (2014), *Rancang Bangun Aplikasi Ecommerce Menggunakan Framework Codeigniter (Studi Kasus Ade Batik & Handycraft)*, DINAMIKA INFORMATIKA, Vol.6 No. 1, Maret 2014, p. 46-53.
- Rustini, Ni Made. (2015), *Analisis Posisi Bersaing Dan Penentuan Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Nilai Penjualan Pada Perusahaan Kue Pia Sinardi Baturiti*, Juima Vol. 5 No. 1, Maret 2015, p. 63-71

- Wibowo, Aan Tri. (2013), *Pembuatan Aplikasi E-Commerce Pusat Oleh-Oleh Khas Pacitan Pada Toko Sari Rasa Pacitan*, *IJNS – Indonesian Journal on Networking and Security*, Volume 2 No 4 - Oktober 2013, p. 62-67.
- Wan, Siti Sarah Adam, Azahar Harun, Zalina Ibrahim, (2015), *Up Scaling Malaysian Aboriginal Handicrafts of the Mah Meri Through Packaging Design, Tourism, Leisure and Global Change*, vol 2 (2015), p.183-192.