

Online Marketing Kelompok Usaha Minuman Sehat

Marya Mujayana¹⁾ Ristanti Akseptori²⁾ Ignatius Adrian Mastan³⁾ Rahayu Arya Shintawati⁴⁾

- 1) Program Studi Komputerisasi Perkantoran & Kesekretariatan, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, email: ana@stikom.edu
- 2) Program Studi Manajemen Bisnis Maritim, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya, email: tantiaksing@gmail.com
- 3) Program Studi Sistem Informasi, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, email: ignatius@stikom.edu
- 4) Program Studi Komputerisasi Perkantoran & Kesekretariatan, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, email: rahayu@stikom.edu

Abstrak

Kelompok Usaha “Elegi” dan “La Tahzan” merupakan usaha kecil menengah (UKM) di bidang minuman sehat yang terletak di Kabupaten Sidoarjo. Usaha “Elegi” memproduksi dan memasarkan sari kedelai, sementara “La Tahzan” memproduksi dan memasarkan minuman sehat terdiri dari sari tebu hijau, sari kedelai, teh tarik, jahe susu, jambu biji merah dingin, dan aneka juice buah. Usaha pemasaran yang dilakukan oleh dua usaha ini dilakukan secara *mouth to mouth*, sehingga pasar yang dijangkau terbatas. Perkembangan teknologi informasi sangat mendukung untuk membantu mengatasi kesulitan usaha minuman sehat Elegi dan La Tahzan dalam hal pemasaran. Promosi dapat dibantu dengan menggunakan *online marketing*, sehingga dapat menjangkau pasar yang luas. Dengan mempromosikan produk Elegi dan La Tahzan melalui website, masyarakat luas dapat mengenal produk minuman sehat. Metode yang dilakukan adalah dengan melakukan pendampingan terhadap mitra tentang cara mitra melakukan pemasaran usaha mereka. Pendampingan dilakukan untuk memberikan arahan dan masukan tentang metode pemasaran yang lebih dapat mengena ke masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan trend media sosial dewasa ini. *Website* ditawarkan sebagai media untuk pemasaran produk usaha Elegi dan La Tahzan untuk lebih mendapatkan *customer*. Pemanfaatan *website* diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan usaha.

Kata Kunci : Minuman Sehat, Website, Online Marketing

PENDAHULUAN

Menjamurnya usaha mandiri (*entrepreneurship*) di bidang kuliner makanan dan minuman merupakan usaha yang potensial dari masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, dan sekaligus mendukung program pemerintah dalam pengentasan kemiskinan melalui program wirausaha. Kelompok usaha minuman sehat “Elegi” dan “La Tahzan” salah satunya. Kelompok Usaha “Elegi” dan “La Tahzan” merupakan usaha kecil menengah (UKM) di bidang minuman sehat yang terletak di Kabupaten Sidoarjo. Usaha “Elegi” memproduksi dan memasarkan sari kedelai, sementara “La Tahzan” memproduksi dan memasarkan minuman sehat terdiri dari sari tebu hijau, sari kedelai, teh tarik, jahe susu, jambu biji merah dingin, dan aneka juice buah. Usaha pemasaran yang dilakukan oleh dua usaha ini dilakukan secara *mouth to mouth*, sehingga pasar yang

dijangkau terbatas. Perkembangan teknologi informasi sangat mendukung untuk membantu mengatasi kesulitan usaha minuman sehat Elegi dan La Tahzan dalam hal pemasaran. Promosi dapat dibantu dengan menggunakan *online marketing*, sehingga dapat menjangkau pasar yang luas. Apalagi, saat ini semakin banyak masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan internet. *With the emergence of the Internet came new economic opportunities for business* (Madsen, 1996) dalam Brown (2003). Internet bisa digunakan dalam bidang bisnis untuk memasarkan produk dan jasa.

Menurut Strauss, et al, (2006) dalam Gunawan (2013), *online marketing is replacing traditional marketing in essential ways, for example, the movement of power from sellers to buyers, because buyers can get the information about sellers easily through internet network which trigger the buyers to be more demanding than before.* Dalam pemasaran *online*, pembeli bisa mendapatkan informasi tentang penjual dengan mudah melalui jaringan internet yang memicu pembeli menjadi lebih menuntut daripada sebelumnya. Sehingga penjual harus benar-benar mampu memenuhi keinginan pasar. Pemasaran *online* juga memudahkan orang untuk berbelanja. *In online marketing, transactions happen in electronic marketplace, which are more convenience* (Harris & Cohen, 2003) dalam Gunawan (2013).

METODE

Berdasarkan permasalahan utama yakni kurang dikenalnya minuman sehat Elegi dan La Tahzan yang menawarkan minuman sehat dalam kemasan botol dengan kualitas baik dan harga yang lebih kompetitif, maka solusi yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah merancang sistem informasi pemasaran minuman sehat secara *online*.

Tabel 1. Rancangan sistem informasi pemasaran *online*

No	Kegiatan	Kriteria	Indikator Pencapaian Tujuan	Tolok Ukur Keberhasilan
1.	Pengumpulan data mitra.	<ul style="list-style-type: none"> - Nama Mitra - Alamat Mitra - Jenis produk yang ditawarkan 	Seluruh data Mitra dan jenis produk yang ditawarkan berhasil didapatkan.	Data Lengkap
2.	Perancangan <i>database</i> .	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>database</i> Mitra - Merancang <i>database</i> mitra 	Seluruh tabel mitra dan jenis produk berhasil didesain	DFD berhasil dibuat
3.	<i>Hosting</i> dan <i>domain</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem Operasi yg digunakan berbasis Linux dan Apache 	<i>Hosting</i> server berhasil diakses	<i>ping</i> , aplikasi webbrowser berhasil membuka

No	Kegiatan	Kriteria	Indikator Pencapaian Tujuan	Tolok Ukur Keberhasilan
		<p>sebagai web service yang mendukung php, Mysql.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kapasitas Web minimal 5 Gb dan <i>Bandwidth</i> minimal 75 Gb 		halaman pannel untuk <i>login</i> ke web server.
4.	Perancangan sistem informasi <i>online</i> .	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan <i>Web base application</i> untuk mitra 	Aplikasi web dapat diakses melalui <i>web browser</i>	Sistem berhasil menampilkan data berbasis web
5.	Ujicoba aplikasi <i>online</i> sistem informasi pemasaran minuman berbasis web	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Software</i> aplikasi <i>online</i> sistem informasi pemasaran minuman 	Sistem informasi dapat diakses baik melalui <i>web browser</i>	Sistem dapat menampilkan informasi Mitra dan jenis minuman yang ditawarkan dengan <i>database</i> yang dirancang.
6.	Pembuatan dan ujicoba portal <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Data base</i> dan <i>portal online</i> data produk minuman 	semua berfungsi sesuai dengan rancangan	Dapat menampilkan data produk minuman sehat yang ditawarkan
6.	Implementasi dan Ujicoba System Secara <i>Online</i>	<ul style="list-style-type: none"> - local - <i>online</i> 	tanpa <i>error</i>	dapat menampilkan data <i>online</i>
7.	Pelatihan untuk Mitra	<ul style="list-style-type: none"> - operator <i>data base</i> - mitra - admin <i>web</i> 	Mitra mandiri	dapat mengoperasikan, <i>update</i> <i>web</i> secara mandiri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah telah dibuat aplikasi Pemasaran *Online* Berbasis *Web* pada kelompok usaha minuman sehat Elegi dan La Tahzan.

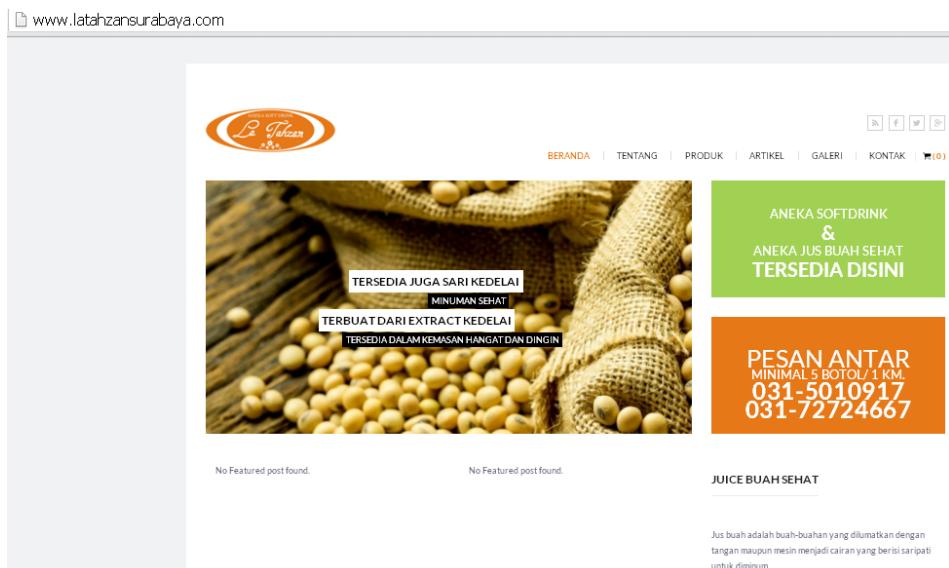
Tahapan-tahapan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perancangan database, pembuatan hosting dan domain. Pada tahap perancangan ini tim membuatkan desain *web*, dengan informasi konten yang telah dibicarakan dengan mitra.

2. Perancangan sistem informasi *online*. Desain rancangan web yang ditujukan untuk mitra kemudian dibuatkan sistem secara online oleh tim.
3. Uji coba aplikasi online sistem pemasaran berbasis web. Aplikasi yang telah dibuat, diuji coba secara *online*, untuk melihat tampilannya dan memastikan bahwa informasi yang termuat di dalamnya sesuai dengan kondisi mitra.
4. Uji coba aplikasi online sistem pemasaran berbasis web. Aplikasi yang telah dibuat, diuji coba secara online, untuk melihat tampilannya dan memastikan bahwa informasi yang termuat di dalamnya sesuai dengan kondisi mitra.
5. Pembuatan dan ujicoba portal online. Tahap ini dilakukan oleh tim.
6. Implementasi dan ujicoba sistem secara online
Pada tahap ini tim berkunjung ke rumah dua mitra untuk menunjukkan website yang akan digunakan oleh mitra. Berikut adalah *capture* tampilan website mitra:

Tampilan Halaman Profil La Tahzan

Gambar 1 - 4 menunjukkan halaman profil La Tahzan. Halaman profil tersebut berisi: beranda, tentang, produk, artikel, galeri dan kontak



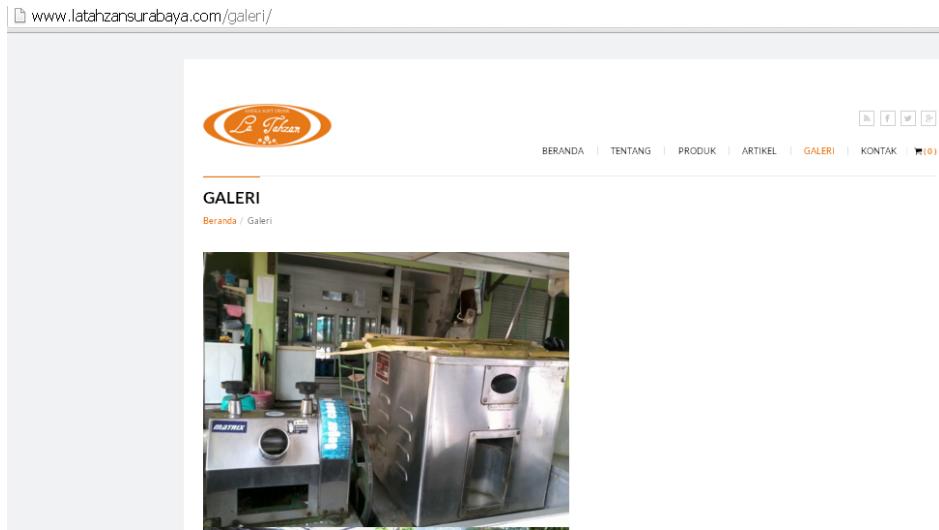
Gambar 1. Tampilan Web La Tahzan: Beranda

www.latahzansurabaya.com/tentang/

Gambar 2. Tampilan Web La Tahzan: Tentang

www.latahzansurabaya.com/produk/

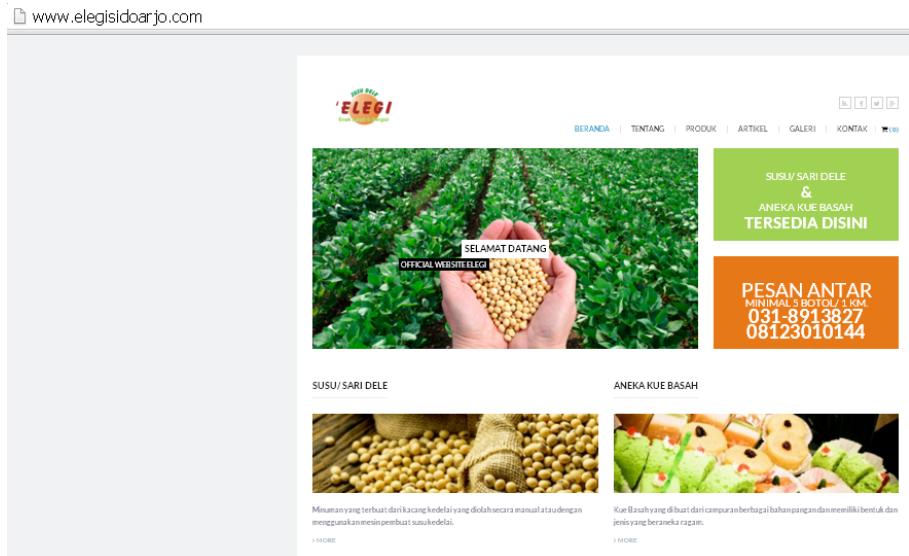
Gambar 3. Tampilan Web La Tahzan: Produk



Gambar 4. Tampilan Web La Tahzan : Galeri

Tampilan Halaman Profil Elegi

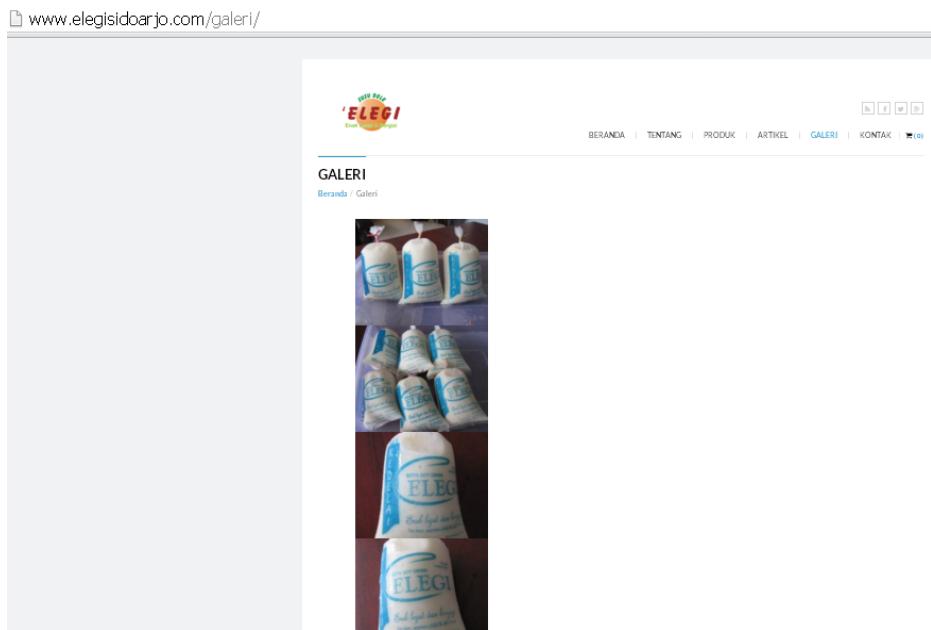
Gambar 5 - 8 menunjukkan halaman profil Elegi. Halaman profil tersebut berisi: beranda, tentang, produk, artikel, galeri dan kontak



Gambar 5. Tampilan Web Elegi: Beranda

Gambar 6. Tampilan Web Elegi: Tentang

Gambar 7. Tampilan Web Elegi: Produk



Gambar 8. Tampilan Web Elegi: Galeri

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil paparan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pembuatan aplikasi Pemasaran Online Berbasis Web pada kelompok usaha minuman sehat Elegi dan La Tahzan meliputi rancangan halaman profil yang terdiri dari: beranda, tentang, produk, artikel, galeri dan kontak
2. Website diharapkan dapat menjadi solusi mitra untuk lebih memperluas jaringan *customer* dan pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan, dengan catatan bahwa mitra dapat memanfaatkan website secara aktif untuk kegiatan usaha.

SARAN

Dengan selesainya penelitian dengan judul *Online Marketing* Kelompok Usaha Minuman Sehat, dapat disarankan bahwa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pendapatan mitra setelah pemasaran dilakukan secara *online* melalui aplikasi website.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, Matthew T. 2003. *An Analysis of Online Marketing in the Sport Industry: User Activity, Communication Objectives, and Perceived Benefits*. Sport Marketing Quarterly Vol. 12 Number 1, 2013, <http://www.measure4you.de/images/AnalysisOfOnlineMarketingInTheSportsIndustry.pdf>
- Gunawan, Emilia Margareth. 2013. *Does Online Marketing Truly Replace Traditional Marketing?* Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=109028&val=1025>