

Sosialisasi Pembuatan Website Dan Media Sosial Instagram Di UD. Asafa Jamur Jombang Sebagai Strategi Mempertahankan Bisnis Pada Masa Pandemi Covid-19

Umi Chotijah ^{1*}, Henny Dwi Bhakti ¹Putri Aisyiyah Rakhma Devi ¹Azimaturrafi^{ah}¹

Keywords :

Sosialisasi;
Website;
Media Sosial;
Instagram;
Covid-19.

Correspondensi Author

^{1*}Program Studi Teknik Informatika,
Universitas Muhammadiyah Gresik
Email: umi.chotijah@umg.ac.id

Abstrak. Tim pengabdian Program Studi Teknik Informatika telah melakukan pengabdian kepada masyarakat di UMKM yang bergerak di bidang budidaya dan olahan jamur tiram yaitu UD. Asafa yang berlokasi di dusun Katerban, Desa Pulorejo, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang dengan tema sosialisasi Website Online Shop Dan Media Sosial Instagram. Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi. Untuk membantu pemahaman pemilik usaha dan pegawai dalam hal ini admin, pembahasan dilakukan dengan cara mendemonstrasikan implementasi website untuk mendukung usaha sehingga meskipun pada masa pandemi Covid-19 tetap beroperasi. Dari hasil sosialisasi didapatkan bahwa pemilik usaha memahami dengan baik langkah-langkah operasional penggunaan website dan media sosial instagram.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License



Pendahuluan

Para pelaku usaha bisnis atau usaha harus menerapkan langkah-langkah strategis bagi keberlanjutan usahanya terutama pada era globalisasi seperti saat ini yang berdampak pada persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Wabah virus Covid-19 yang muncul pertama kali di wuhan, Cina dan hampir diseluruh berbagai Negara berdampak pada berbagai aspek bidang kehidupan, baik pendidikan, pariwisata, ekonomi, sosial, dan politik (Susilawati, Falefi, & Purwoko, 2020).

Pemerintah Indonesia mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mencegah tersebarnya virus Covid-19 antara lain memberlakukan pembatasan sosial berskala besar dan karantina mandiri, hal ini mengakibatkan sistem pemasaran mengalami kendala bagi pelaku usaha (Baihaqi, 2021). Pemerintah Indonesia berupaya untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan mengeluarkan

beberapa kebijakan khususnya di bidang perekonomian agar permasalahan pandemi Covid-19 ini tidak mengakibatkan resesi ekonomi yang berkepanjangan.

Para pelaku usaha harus mengambil langkah yang tepat sebagai strategi pemasaran secara online melalui media sosial atau menggunakan internet (Suswanto & Setiawati, 2020); (Gu, Han, & Wang, 2020). UD. Asafa Jamur Tiram yang sekarang sudah terdaftar sebagai CV. Asafa Jamur Tiram merupakan salah satu usaha yang bergerak di sector makanan atau budidaya jamur tiram dan olahan makanan frozen serta kemasan crispy dari bahan dasar jamur tiram juga mengalami dampak akibat pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar sehingga mengalami kendala saat memasarkan produknya secara offline. Pasar usaha ini adalah beberapa kota di Kediri, Mojokerto, Surabaya, Madura, dan Gresik. Berdasarkan latarbelakang tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat dari Program Studi Teknik

Informatika, Universitas Muhammadiyah Gresik memandang perlu membantu dan memberikan solusi bagi pemilik usaha dalam hal ini UD. Asafa Jamur Tiram dengan memberikan sosialisasi pembuatan website web blog wordpress dan media sosial instagram sebagai media promosi untuk produk – produk yang dimiliki sehingga keberlangsungan usaha tetap berlanjut terutama pada masa pandemi Covid-19 dan pasca pandemi serta untuk memperluas pasar baru. Pemilik usaha perlu mendapatkan sosialisasi bertujuan mendapatkan pengetahuan dasar website, internet, pemasaran digital menggunakan website dan media sosial instagram. Media sosial instagram yang dipilih karena media yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia antara lain: 1) Youtube; 2) Whatsapp; 3) Facebook; dan 4) Instagram (We Are Social & Hootsuite, 2020).

Tinjauan Pustaka

Salah satu aktivitas penting yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usahanya dan menjaga kelangsungan hidup perusahaannya adalah pemasaran (Baihaqi, 2021). Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan disebut pemasaran (Kotler, 1997). Suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang demi memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen (Stanton, 1984).

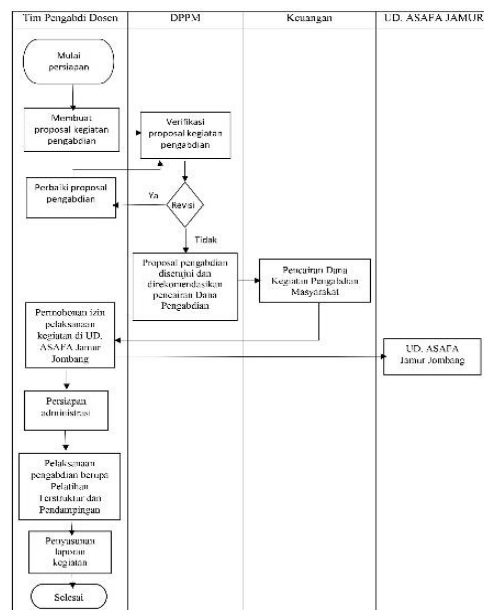
Media sosial merupakan sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi secara online (Cross, 2004). Ada beberapa Manfaat media sosial antara lain: 1) Membangun *personal branding*; 2) Memasarkan dengan luas; 3) Memberikan kesempatan berinteraksi lebih dekat dengan konsumen; 4) Media sosial memiliki sifat viral (Puntoadi, 2011).

Mempromosikan beragam konten bisnis dalam berbagai cara kepada pengguna di media sosial disebut pemasaran media sosial, tujuannya untuk menemukan formula yang tepat dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan untuk mengarahkan tujuan bisnis dan peningkatan penjualan (Baihaqi, 2021). Seiring dengan

perkembangan zaman, minat beli konsumen banyak dipengaruhi oleh teknologi (Evans & Jack McKee, 2011). Munculnya teknologi Web 2.0 yaitu alat yang memudahkan orang untuk membuat dan mempublikasikan konten, berbagi ide, memilih yang disukai, dan merekomendasikan sesuatu kepada orang lain. Konsumen di masa sekarang bergerak ke arah *active viewer*. Pada pola konsumsi *active viewer* ini, konsumen tidak lagi pasif menerima pesan. Konsumen kini, secara aktif mencari sendiri informasi yang dikehendaki dan dibutuhkanya mengenai merek/produk (Baihaqi, 2021).

Metode

Adapun alur tahapan proses pengabdian masyarakat tim dosen Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Gresik disajikan pada gambar 1 :



Gambar 1. Alur Tahapan PKM

Metode pelatihan terstruktur diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Metode terstruktur meliputi ceramah, diskusi-informasi dan dilanjutkan dengan pelatihan secara langsung menggunakan internet. Pada ceramah dan diskusi-informasi diberikan materi pengetahuan wawasan tentang internet serta peluang bisnis menggunakan internet. Selain itu juga disampaikan wawasan pengetahuan materi tentang peranan blog atau web dalam bisnis internet.

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar pemilik usaha (*owner*) dapat mandiri dalam memasarkan produknya. Hal ini perlu dilakukan pendampingan (bimbingan) selama 2 (dua) hari tentang pemasaran bisnis melalui website sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan komputer beserta internet.

Agar pelaksanaan kegiatan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka pengabdian berusaha melakukan proses evaluasi dari kegiatan tersebut, dengan menentukan kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagaimana pada Tabel 1 :

Table 1. Tahapan Kegiatan

Kegiatan	Kriteria	Indikator Keberhasilan
Seminar (Penyuluhan)	Meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan wawasan	Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran internet melalui : a. Motivasi melakukan kegiatan usaha dengan pemasaran bisnis melalui internet marketing. b. Memotivasi pelaku usaha agar dapat menjalankan usahanya secara profesional.
Pendampingan	Mampu melakukan penjualan melalui internet marketing	20% memahami komputer, internet, website dan sosial media instagram. 20% memahami sistem pemasaran bisnis 20% Melakukan unggah produk 40% melaksanakan internet marketing

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi pembuatan web blog dan media sosial instagram sebagai media promosi telah dilaksanakan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 10 jam pelajaran dengan rentang waktu selama dua hari yaitu tanggal 26 – 27 Desember 2021. Metode pelaksanaan sosialisasi adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi power point dan mendemonstrasikan pembuatan website web blog dari wordpress. Pembuatan website web blog dirancang dan di dikembangkan dengan membangun aplikasi yang memiliki fitur-fitur sesuai keinginan pemilik usaha. Materinya adalah membuat web blog dengan wordpress. Metode pelaksanaan sosialisasi adalah dengan melakukan percobaan langsung menggunakan komputer yang didukung internet dan komputer tersebut telah diinstal beberapa aplikasi pendukung. Jumlah peserta adalah dua orang dalam hal ini adalah pemilik usaha yaitu suami dan istri. Materi dasar web blog dan media sosial instagram diberikan adalah web blog menggunakan wordpress sebagai dasar untuk mempublikasikan tulisan-tulisan artikel dan gambar-gambar dengan beberapa fitur yang tersedia didalamnya. Tujuannya agar peserta mampu menguasai dasar web blog sebagai bekal untuk menerapkan web yang berbasis CMS yang nantinya diterapkan dalam bisnis pemilik usaha.

Garis besar materi yang disampaikan dalam pelatihan weblog dengan wordpress ini adalah sebagai berikut :

- a. Membuat account wordpress sebagai langkah awal dalam membuat sebuah atau beberapa web blog,
- b. Mengganti tampilan web blog dengan template desain yang responsive dan lebih menarik sesuai dengan tema weblog tersebut,
- c. Mengganti alamat url blog menggunakan Top Level Domain, 2nd Level Domain, 3rd Level Domain, Keyword On Domain hingga Sub Domain,
- d. Mengisi artikel, foto, video dan konten lainnya kedalam weblog tersebut sebagai sarana publikasi maupun promosi usaha,
- e. Display produk disertai deskripsi dan harga,
- f. Display produk terbaru,
- g. Display produk terlaris,
- h. Display keranjang belanja,

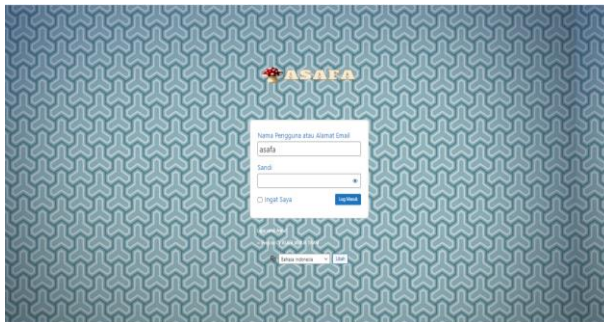
Umi Chotijah dkk., Sosialisasi Pembuatan Website Dan Media Sosial Instagram Di UD. Asafa Jamur Jombang Sebagai Strategi Mempertahankan Bisnis Pada Masa Pandemi Covid-19

- i. Display rekening bank untuk pembayaran,
- j. Display kontak yang bisa dihubungi,
- k. Penghitung stok otomatis,
- l. Penghitung ongkos kirim otomatis,
- m. Fasilitas komunikasi real time online

Adapun keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari tolak ukur :

- a. Respon dan aktivitas positif dari peserta sosialisasi diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dimana mereka sangat aktif dalam bertanya dan terlihat antusiasme mereka dalam mengikuti sosialisasi.
- b. Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat sosialisasi. Keterampilan peserta diobservasi pada saat sosialisasi melalui pemberian modul pelatihan yang berisi langkah-langkah secara mendetail materi tentang pembuatan web blog wordpress dan media sosial instagram.

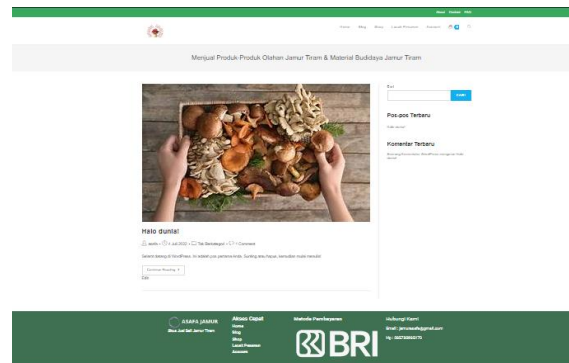
Berikut beberapa gambar – gambar antarmuka hasil pembuatan website Asafa Jamur yang masih diisntal secara offline (localhost) dan beberapa gambar dokumentasi di mitra UD. Asafa Jamur Tiram.



Gambar 2. Antarmuka Halaman Login



Gambar 3. Antarmuka Halaman Home



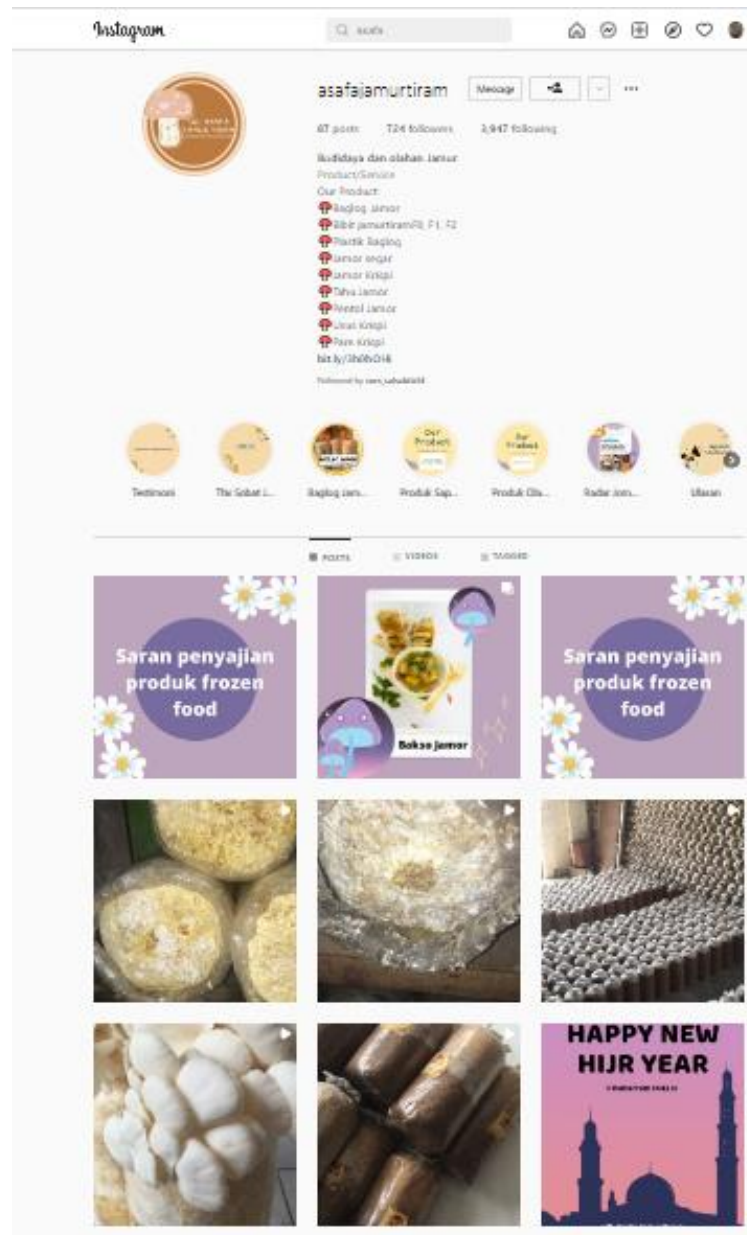
Gambar 4. Antarmuka Halaman Blog



Gambar 5. Tempat Budidaya Jamur



Gambar 6. Pemilik Usaha UD. Asafa



Gambar 7. Akun Media Sosial Instagram Asafa Jamur

Simpulan Dan Saran

Tim Program Studi Teknik Informatika telah melakukan pengabdian masyarakat di UD. Asafa Jamur Jombang dengan memberikan sosialisasi kepada pemilik usaha tentang pemasaran digital melalui website dan sosial media instagram. Metode yang dilakukan adalah ceramah dan diskusi. Dari hasil kegiatan sosialisasi didapatkan bahwa pemilik usaha mampu memahami dasar-dasar internet, website,

pemasaran digital melalui website dan sosial media instagram dengan baik. Saran untuk pengabdian berikutnya adalah hendaknya program - program pengabdian masyarakat seperti ini dapat dilaksanakan secara reguler dan berkala, melihat tingkat kebutuhan yang sangat tinggi akan pengenalan aplikasi-aplikasi komputer yang baru, dalam jangka waktu yang relatif singkat mengikuti perkembangan teknologi secara global.

Daftar Rujukan

- Baihaqi, A. (2021). *Pemasaran Media Sosial Di Saat Pandemi Covid 19*. In Kriswibowo, A & Darmadi, D (Eds.), *Transisi Kenormalan Baru: Eksistensi BUM Desa, UMKM, dan Ormas*. Surabaya: Penerbit Program Studi Administrasi Publik.
- Cross, M. (2004). *Social Media Security: Leveraging Social Network While Mitigating Risk*. Massachusetts: Syngress Elsevier.
- Evans, D., & Jack McKee. (2011). *Social Media Marketing*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Gu, J., Han, B., & Wang, J. (2020). Covid- 19: Gastrointestinal Manifestations and Potential Fecal–Oral Transmission. *Journal Gastroenterology*, 158(6), 1518-1519.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Stanton, W. (1984). *Fundamentals of Marketing. 8th Edition*. Mc Graw Hill.
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID- 19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 2, 1147- 1156.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16- 29.
- We Are Social , & Hootsuite. (2020). *Digital Data Indonesia 2020*. In Data Reportal.