

Pembuatan Website Usaha Susu Kedelai Sehat Jaya

Ihsan Lubis¹, Husni Lubis¹, Akbar Fachrezi¹, Ainil Arbie¹, Fahri Effendy¹

¹Fakultas Teknik dan Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

Email:¹Ihsan.lubis@gmail.com, ²husni.lubis82@gmail.com, ³fachreziakbar2001@gmail.com,
⁴ainiarbi54@gmail.com, ⁵fahrieffendi534@gmail.com

Abstrak– Era *new normal* banyak membuat perubahan pada pola hidup manusia. Mengakibatkan pola pemasaran berubah. Sebelumnya pemasaran melalui orang ke orang, spanduk, pamflet atau pun sejenisnya. Di era yang baru ini kebiasaan orang berubah dengan lebih banyak memanfaatkan internet untuk kegiatan yang diperlukan. Untuk itu pola pemasaran perlu dilakukan perubahan dengan memanfaatkan internet sebagai media pemasaran. Website merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk suatu usaha. Menjadi lebih luas. Usaha Susu kedelai sehat jaya merupakan salah satu usaha UMKM yang pemasarannya masih secara konvensional. Tim pengabdian berusaha untuk membantu peningkatan pemasaran dengan membuat website untuk pemasaran produk usaha. Hasil dari kegiatan ini diharapkan UMKM dapat memasarkan produk usahanya lebih luas.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Website

Abstract– The new normal era has made many changes to human life patterns. Resulting in changing marketing patterns. Previously marketing was via person to person, banners, pamphlets or the like. In this new era, people's habits are changing by using the internet more for the activities they need. For this reason, it is necessary to change the marketing pattern by utilizing the internet as a marketing medium. Website is one way to introduce the product of a business. Become wider. Jaya healthy soy milk business is one of the MSME businesses whose marketing is still conventional. The service team is trying to help increase marketing by creating a website for marketing business products. The results of this activity are expected that MSMEs can market their business products more broadly.

Keywords: MSME, Digital Marketing, Website

1. PENDAHULUAN

Diera *new normal* ini sudah banyak perilaku masyarakat berubah dari sebelum era sebelum virus Covid-19 melanda dunia. Pada era ini perilaku manusia yang sebelumnya lebih menyukai berbelanja bertemu langsung dengan penjual baik dipasar maupun di tempat umum lainnya. Namun kini perilaku manusia telah banyak berubah dengan lebih menyenangi berbelanja secara online melalui internet dapat melalui website market place maupun melalui sosial media.

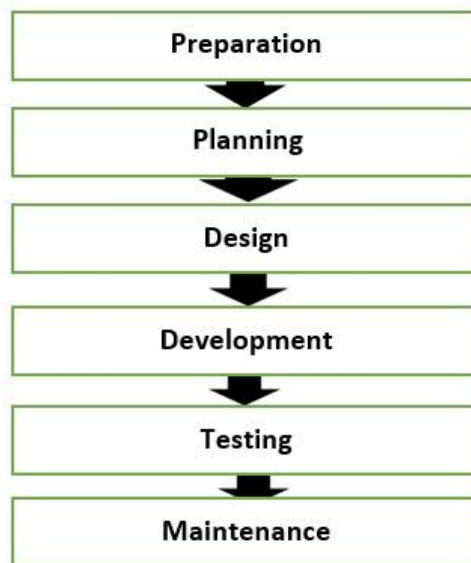
UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) merupakan salah satu penopang perekonomian di Indonesia. menurut BPKM (Badan koordinasi Penanaman Modal) UMKM memberikan kontribusi besar pendapatan Produk domestik bruto Indonesia yaitu sebesar 61,97% dari total PDB Nasional atau lebih kurang Rp. 8.500 triliun di tahun 2020. Selain itu UMKM juga menyerap tenaga kerja yang banyak yaitu 97% dari daya serap dunia usaha di tahun 2020. Banyak UMKM berbanding lurus dengan lapangan kerja sehingga UMKM memiliki andil besar terhadap penyerapan tenaga kerja. UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar yaitu 97% dari daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Jumlah UMKM yang banyak berbanding lurus dengan banyaknya lapangan pekerjaan di Indonesia sehingga UMKM memiliki andil besar dalam penyerapan tenaga kerja. UMKM menyerap kredit terbesar pada tahun 2018 sebesar kurang lebih Rp. 1 triliun

Di era digital ini banyak strategi pemasaran yang di terapkan para pelaku usaha. Kekuatan internet disaat ini sangatlah luar biasa. Dengan memanfaatkan internet para pelaku usaha dapat memaksimalkan promosi usahanya. Salah satu platform yang dapat digunakan untuk meningkatkan usaha pemasaran yaitu website. Pemasaran yang dilakukan melalui situs web biasanya disebut dengan website marketing. Dengan adanya website sebuah usaha, usaha tersebut akan memiliki visibilitas online yang tinggi sehingga lebih dikenal banyak orang. dengan adanya website jangkauan promosi semakin luas karena tidak hanya dapat diakses oleh pelanggan lokal namun dapat menjangkau pelanggan nasional maupun internasional.

Usaha susu kedelai jaya merupakan sebuah UMKM yang dikelola oleh bapak Arbie beralamat di jalan Balai desa Pasar XII GG bunga Marindal II Kec Patumbak Kab Deli Serdang.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra. masalah yang dihadapi oleh mitra adalah perubahan pola hidup masyarakat menyebabkan perlu dilakukan perubahan cara pemasaran. untuk menyelesaikan masalah tersebut tim membuat website sebagai media promosi dan juga website dapat meningkatkan jangkauan pemasaran. untuk pembuatan tersebut perlu dibuat kerangka kerja. adapun tahapan pengerjaan website tersebut sebagai berikut :



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

1. Persiapan (*Preparation*)

Dalam pembuatan website perlu di persiapkan dengan matang. pertama tim pengabdian menetapkan tujuan dari website tersebut yaitu media informasi kepada masyarakat mengenai usaha susu kedelai. sasaran yang dituju dari pembuatan website ini adalah masyarakat yang menyukai susu kedelai dan orang alergi terhadap susu sapi. Dan tim juga menyiapkan konten berupa gambar, video maupun tulisan yang akan ditampilkan.

2. Perencanaan (*Planning*)

Pada Tahapan ini ini menentukan tujuan pembuatan website dan melakukan analisis dan mengumpulkan seluruh data yang diperlukan dalam membangun website. Selain itu juga tim juga merencanakan penjadwalan pengerjaan website tersebut.

3. Pembuatan Desain (*Design*)

Setelah informasi dan data yang diperlukan telah lengkap di tahap sebelumnya. Tim lalu membuat desain tampilan mulai dari halaman depan dan halaman lain yang di diharapkan dapat menyampaikan informasi sebaiknya tentang susu kedelai dan produk dari susu kedelai sehat jaya.

4. Pengembangan (*Development*)

Pada tahap ini di realisasikan ide-ide yang telah dibuat di tahapan sebelumnya. Dari gambaran tahapan desain di implementasikan kedalam bahasa web. merealisasikan ide-ide dari tahap sebelumnya pada website. Pemrograman meliputi teknologi yang digunakan untuk menjadikan ide-ide dalam tahap desain tersebut ke realitas dengan proses *coding*. Dari gambaran yang diperoleh dari

tahap desain, selanjutnya Anda dapat melakukan scripting dari hasil desain tersebut ke dalam bahasa web sehingga bisa diluncurkan di Internet.

5. *Testing* (Uji Coba)

Pengujian dilakukan untuk memeriksa semua halaman situs telah terhubung dengan benar, Dan pada tahap ini dilakukan uji fungsi dari form yang ada validasi input data. Tahap ini sebagai tahap kontrol pengujian kualitas.

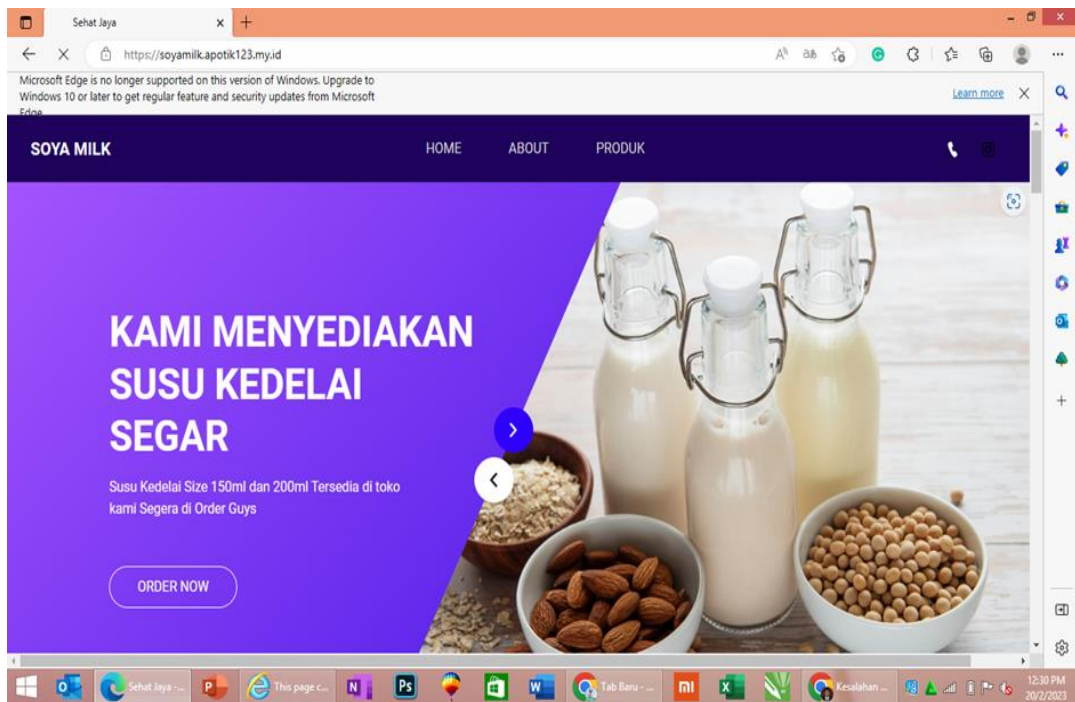
6. *Pemeliharaan* (*Maintenance*)

Tahapan pembangunan website terakhir adalah pemeliharaan atau maintenance website, dalam pembuatan website diperlukan peningkatan baik isi website maupun penambahan konten yang diperlukan, perbaikan yang terdapat di pembangunan website.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini ditampilkan tampilan tampilan website yang telah dibuat dan dapat diakses oleh pengunjung website.

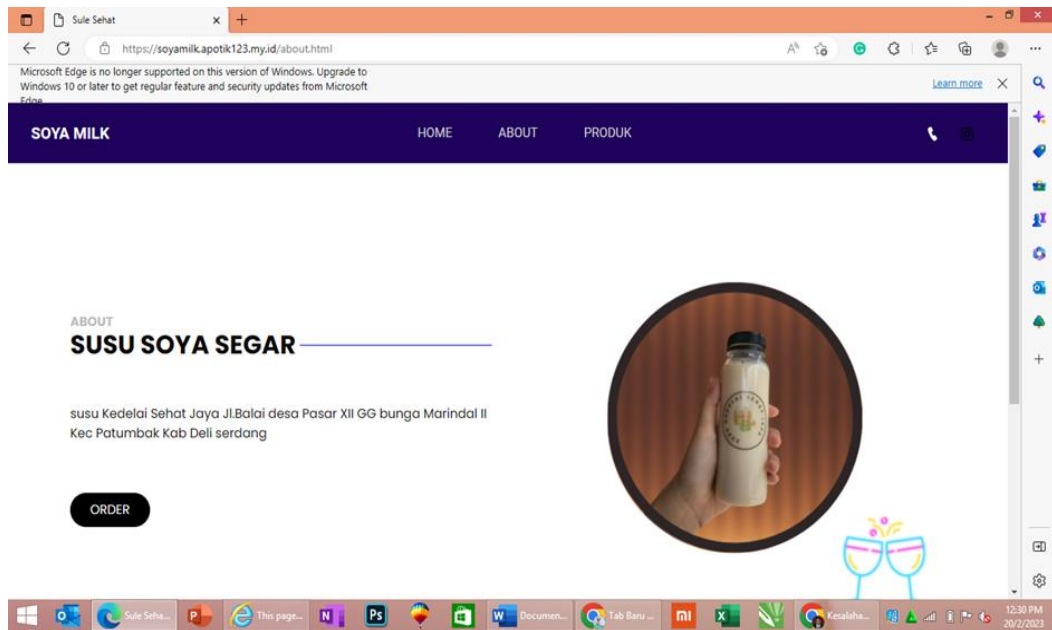
- a. Tampilan halaman home sebagai halaman pembuka bagi pengunjung yang berisi tentang susu kedelai dan manfaat dari susu kedelai.



Gambar 2. Tampilan Halaman Home

- b. Halaman About

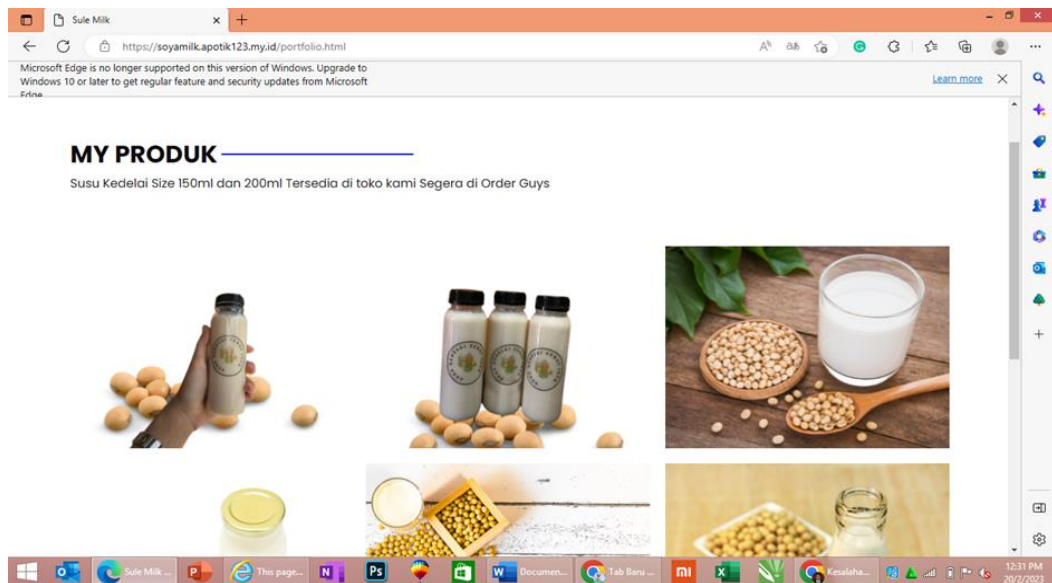
Pada halaman ini menjelaskan tentang usaha Susu Kedelai Sehat Jaya dan ha-hal yang berkaitan UMKM tersebut.



Gambar 3. Tampilan Halaman About

c. Halaman Produk

Pada bagian ini menampilkan produk-produk yang di buat oleh usaha susu kedelai



Gambar 4. Tampilan Halaman Produk

4. KESIMPULAN

Setelah kegiatan pembuatan website ini dibuat pemasaran UMKM susu kedelai dapat menjangkau psara yang lebih luas. Sebelumnya pemasaran hanya sebatas wilayah kecil dengan adanya website tersebut pemasaran dapat ke masyarakat lebih luas. Agar meningkatkan jangkauan pemasaran diperlukan juga keaktifan admin untuk memperkenalkan website tersebut ke berbagai media sosial.

REFERENCES

- A. Zakir, I. Lubis, H. Lubis, E. R. Syahputra, and D. A. Rumbiarmytha, "Pemanfaatan Website Sebagai Media Promosi Pada Usaha Kursus Jahit Lkp Zere Amin," *Community Dev. J. J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 184–190, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i1.3628.
- D. Samodro, S. Maryam, J. Satrio, and C. N. Zempi, "Pendampingan Pembuatan Website untuk Pengembangan Desa Digital di Desa Baros, Kabupaten Serang," *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 6, no. 2, pp. 129–134, 2022, doi: 10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2416.
- N. Purnomo and R. U. Albab, "Pengabdian Masyarakat Implementasi Promosi," vol. 5, no. 2, pp. 882–885, 2022.
- A. Dwijayanti and P. Pramesti, "Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19," *IkraIth Abdimas*, vol. 4, no. 2, pp. 68–73, 2021, [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>.
- F. R. A. Bukit, G. G. A.S, Irvan, and Fahmi, "Pembuatan Website Katalog Produk Umkm Untuk Pengembangan Pemasaran Dan Promosi Produk Kuliner Website Creation Product Catalog Msms For Marketing And Promotion Development Of Culinary Products," *J. Pengabd. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 229–236, 2019, [Online]. Available: <http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JPPM/article/view/4317>.