

PENYULUHAN OPTIMALISASI PENJUALAN UMKM BERBASIS WEB PADA CV. DUA DAUN EMAS BEKASI

Andreas Adi Trinoto¹⁾, V.H. Valentino²⁾

^{1,2}Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Indraprasta PGRI

Abstrak

Penyuluhan optimalisasi penjualan berbasis web pada UMKM telah menjadi pendekatan yang signifikan dalam membantu pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam mengoptimalkan kinerja dan ekspansi bisnis CV. Dua Daun Emas, Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan pendekatan penyuluhan yang berfokus pada penerapan strategi optimalisasi penjualan berbasis web dalam UMKM. Metode penyuluhan ini melibatkan pelatihan dan pengenalan terhadap konsep dan teknik optimalisasi penjualan yang relevan, serta penerapan praktis melalui platform berbasis web. Penyuluhan ini juga akan membahas isu-isu terkait keamanan dan privasi dalam penggunaan web untuk bisnis. Peserta akan diberikan pemahaman tentang langkah-langkah yang perlu diambil untuk melindungi informasi sensitif dan data pelanggan dari ancaman siber, serta menjaga reputasi bisnis mereka dalam lingkungan digital yang kompleks. Diharapkan bahwa penyuluhan optimalisasi penjualan berbasis web pada UMKM ini akan memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta. Dengan memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh, diharapkan UMKM akan dapat meningkatkan visibilitas mereka di dunia digital, mencapai pangsa pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperkuat daya saing mereka dalam era digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: Optimalisasi_Penjualan, UMKM, Promosi Web.

Abstract

Counseling on web-based sales optimization for UMKM has become a significant approach in assisting small and medium enterprise (UMKM) owners in optimizing the performance and business expansion of CV. Dua Daun Emas, This study aims to present an extension approach that focuses on implementing web-based sales optimization strategies in UMKM. This extension method involves training and familiarization with relevant sales optimization concepts and techniques, as well as practical application via a web-based platform. This course will also discuss issues related to security and privacy in using the web for business. Participants will be provided with an understanding of the steps that need to be taken to protect sensitive information and customer data from cyberthreats, as well as safeguard their business reputation in a complex digital environment. It is hoped that this web-based sales optimization counseling for UMKM will provide significant benefits for participants. By utilizing the knowledge and skills acquired, it is hoped that UMKM will be able to increase their visibility in the digital world, achieve a wider market share, increase sales, and strengthen their competitiveness in the ever-evolving digital era.

Keywords: Sales_Optimization, UMKM, Web Promotion..

Correspondence author: Andreas Adi Trinoto, a.trinoto@gmail.com, Jakarta, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Pada era digital yang terus berkembang, teknologi informasi dan internet telah memberikan peluang baru bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk mengoptimalkan kinerja dan ekspansi bisnis mereka. UMKM saat ini dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat, dan mereka perlu mengadopsi strategi baru yang sesuai dengan perkembangan teknologi untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif. Teknologi digital berbasis web telah merubah cara aktifitas promosi yang telah dilakukan sebelumnya, contoh pada tulisan bidang turisme lokal (Heripracoyo, S., and Adi, S., 2019) ataupun luar negeri (Minaeva, L., 2019) walaupun hasil yang didapat tidak begitu signifikan.

Untuk tetap relevan dan berkelanjutan di tengah persaingan yang ketat, UMKM perlu mengadopsi strategi yang inovatif dan efektif. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah optimalisasi berbasis web. Dengan memanfaatkan teknologi web dan digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas online mereka, menjangkau target pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan mereka.

Akan tetapi perubahan cara orang merespon menjadi lebih cepat terhadap promosi yang ingin disampaikan. Tampilan yang menarik, informasi yang lengkap, seleksi ketat suatu produk, waktu memilih produk, dan insentif bagi pembeli merupakan hal yang perlu diperbaiki dalam web e-commerce (Zhu, X., Yan, R., and Zhang, J., 2015), berbagai alat dikembangkan guna menjangkau masyarakat diantaranya dengan web 2.0 (Rahoo, L. A., Baladi, Z. H., Arshad, S., Nagar, M. A. K., and Rustamani, S., 2019) bisa juga pengembangan melalui pelatihan seperti html, css, dhtml, form layout, page template, javascript dll (Qadah M., and Al-Shomrani, S. M., 2011). UMKM dirasa perlu melebarkan sayapnya di dunia digital karena persaingan lokal dan pembeli bisa mempunyai banyak pilihan produk/jasa, sehingga metode yang digunakan bisa mempunyai dampak yang luar biasa.

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan PKM ini dilakukan secara daring atau online dengan penyuluhan mengenai peran teknologi web guna memaksimalkan potensi penjualan produk/jasa, penyuluhan ini melibatkan pemilik UMKM CV. Dua Daun Emas sebagai mitra dan juga penyedia tempat PKM.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dimulai dari bulan Oktober 2020 hingga bulan Desember 2020, yang bertempat di Bekasi, alat yang digunakan untuk teleconference adalah *Zoom*, *Gmeet*, dan aplikasi *Whatsapp* yang menunjang pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di semester gasal 2020/2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

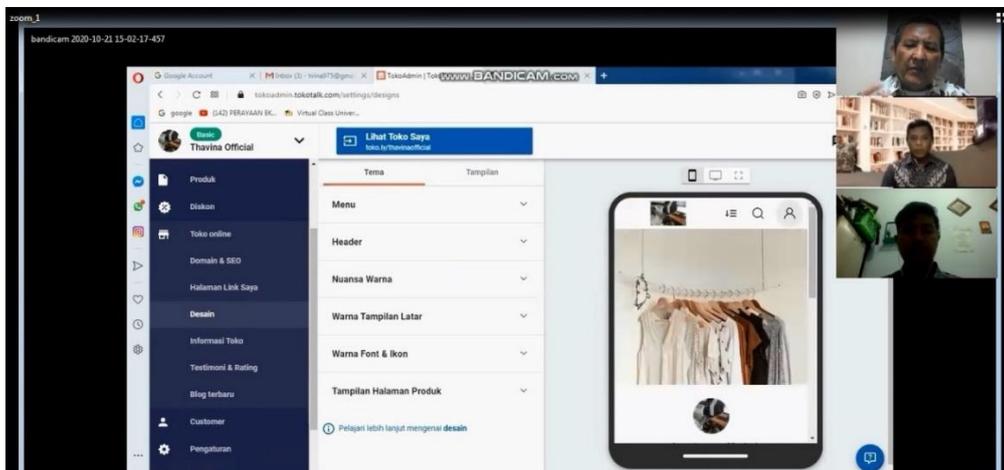
Hasil yang kami bagikan kepada mitra adalah berupa *web* atau laman yang bisa dioptimalkan guna menjangkau pasar konsumen baik lokal ataupun skala nasional. Adapun pembahasannya meliputi pembuatan *webhosting*, diantaranya memilih *web*

hosting yang andal dan terpercaya untuk digunakan sebagai tool penting; selanjutnya cara unggah pada web yang sudah tersedia; unggah arsip dan ekstrak; memastikan semua berkas berada pada folder *public_html*; kemudian import database, dalam hal ini tim menggunakan database *MySQL* dan terakhir adalah cek keberhasilan *web* pada tampilan *online* / daring.

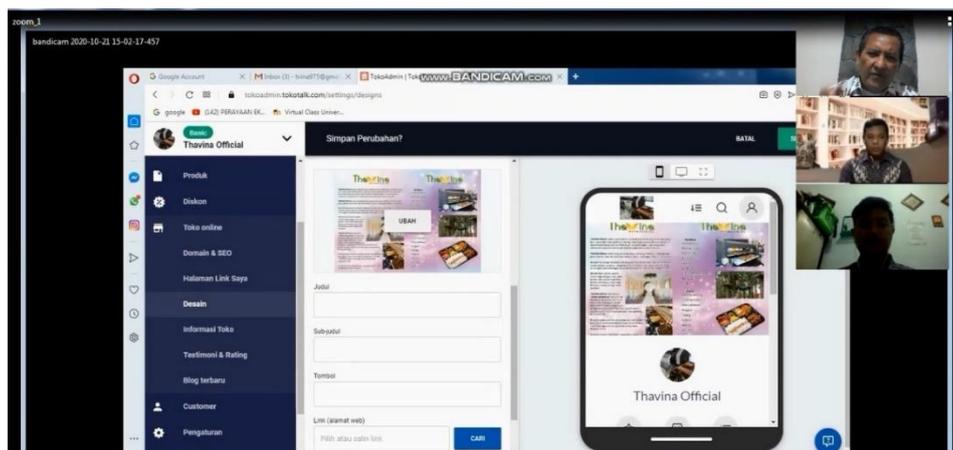
Kemudian selain itu, tim juga memberi tip dan trik supaya *web* yang sudah berjalan atau *web* yang akan dibuat kemudian bisa memberikan dampak yang luar biasa. Berikut tip dan trik dari tim kepada mitra : menggunakan permalink sederhana untuk cv pemilik supaya mudah dikenali oleh mesin pencari *Google*.; "duadaunemas.com/cv-fransisca-indah" membuat judul konten yang menarik agar orang langsung tertarik membaca konten yang kita buat.; "CV.Dua Daun Emas: Menggali Potensi dan Mewujudkan Impian Bersama", menambahkan gambar sederhana atau video pendek agar calon pembeli tidak bosan.; memanfaatkan *heading* : CV. Dua Daun Emas : Menggali Potensi dan Mewujudkan Impian Bersama dan *subheading* : Menemukan Potensi, Mengembangkan Bakat dan Meraih Prestasi di CV.Dua Daun Emas 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, seperti proses penjualan dan pemasaran penjualan. Menggunakan tema responsif agar kompatibel dengan perangkat apapun, baik *desktop*, tablet, maupun perangkat *mobile*.; menyisipkan *outbound link*, contoh "Baca testimoni dari pelanggan puas kami: [Tautan ke halaman testimoni]" sehingga konten produk atau jasa yang kita buat mudah dikenali dan terdapat sumber rujukan yang sudah bereputasi.; tip berikutnya adalah memaksimalkan *internal link*, seperti : "Ketahui lebih lanjut tentang CV.Dua Daun Emas di halaman : Tentang Kami." 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. Transfer Knowledge Template Web tim ke mitra



Gambar 2. Transfer Knowledge Template Web tim ke mitra

Gambar 1 dan 2 merupakan proses transfer knowledge suatu Template Web dari tim kepada mitra dengan menggunakan aplikasi zoom.

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

SIMPULAN

Sebelum mengikuti pelatihan web, personel CV.Dua Daun Emas memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam hal pengembangan dan manajemen situs web, desain web, SEO, optimalisasi penjualan, dan strategi pemasaran online. personel juga belum terbiasa dengan alat-alat dan teknologi terbaru yang digunakan dalam pengembangan situs web. Setelah pelatihan web: personel CV. Dua Daun Emas mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat diterapkan dalam pengembangan dan manajemen situs web, desain web yang responsif, praktik SEO yang efektif, strategi optimalisasi penjualan, dan pemasaran online yang sukses. Penggunaan alat-alat dan teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas dan kinerja situs web tersebut.

Pelatihan web akan memberikan peserta pemahaman yang lebih mendalam tentang langkah-langkah yang diperlukan untuk mengoptimalkan situs web agar lebih menarik, responsif, dan mudah ditemukan oleh pengguna dan mesin pencari. Secara keseluruhan, pelatihan web memberikan peserta alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengoptimalkan situs web dan mencapai tujuan bisnis online dengan lebih baik.

Optimalisasi teknologi web pada dunia usaha untuk memasarkan produk ataupun jasa dalam kondisi normal dapat membantu meningkatkan penjualan pelaku usaha kecil dan menengah, terlebih dalam kondisi pandemi covid-19 seperti saat ini. Sangat dibutuhkan sarana web yang dapat diakses oleh smartphone yang kerap digunakan oleh setiap warga untuk mencari informasi produk/jasa karena dibatasi oleh protokol kesehatan ketat. Semua materi ini telah tim sampaikan guna tercapainya tujuan awal kegiatan ini dibuat.

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. Kedepannya 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Heripracoyo, S., and Adi, S., (2019). "Implementation of Tourism Business Web," *Proc. 2019 Int. Conf. Inf. Manag. Technol. ICIMTech 2019*, vol. 1, no. August, pp. 30–35.
- Minaeva, L., (2019). "Place Promotion in Digital Environment," *Proc. 2019 IEEE Commun. Strateg. Digit. Soc. Semin. ComSDS 2019*, pp. 81–84.
- Rahoo, L. A., Baladi, Z. H., Arshad, S., Nagar, M. A. K., and Rustamani, S., (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.
- Qadah, M., and Al-Shomrani, S. M., (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.
- Zhu, X., Yan, R., and Zhang, J., (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*.