

Pendampingan Pembuatan Landing Page & Website pada UMKM Jamu Tradisional Jamu.dibotol di Cipedak Jakarta Selatan

Farid Al Rizky
Universitas Siber Asia
Jl. RM Harsono No.1, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, (021)2780-6189
(Faridrizky@lecturer.unsia.ac.id)

Abstrak

Jamu.dibotol adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner dan berlokasi di Jl. Purwa Utama, Cipedak. Sebagai salah satu usaha yang memproduksi dan menjual minuman herbal dalam kemasan tentu memiliki peluang pasar yang besar, apalagi disaat masa pandemi masyarakat akan mengkonsumsi produk yang dapat meningkatkan stamina dan daya tahan tubuh. Jamu.dibotol membuat olahan minuman jamu yang terbuat dari bahan-bahan alami seperti kencur, jahe, temulawak, kunyit yang tentu sangat cocok dikonsumsi dari berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya pada usaha jamu.dibotol ini memiliki tujuan untuk memberikan pendampingan dalam pembuatan website dan *landingpage* untuk meningkatkan volume penjualan minuman jamu, dengan metode pendampingan, praktik dan diskusi serta kemudian di evaluasi dari aspek pengetahuan dan keterampilan. Bentuk kegiatan mulai dari pemberian materi mengenai digital marketing secara umum dan pembuatan serta praktik dalam merancang sebuah *website* dan *landingpage* secara khusus sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini bermanfaat langsung sebagai tambahan pengetahuan, keterampilan dan tentunya pengalaman kepada pemilik bisnis jamu.dibotol dalam meningkatkan penjualan bisnisnya.

Kata Kunci: *UMKM, Website, Landing Page, Digital Marketing*

I. PENDAHULUAN

Di era pandemi semua sektor bisnis terkena dampak, namun ada beberapa UMKM yang mampu bertahan di sektor *food & beverage* (kuliner) dengan upaya para pelaku UMKM yang memanfaatkan peran teknologi digital dalam aktivitas pemasarannya. Ada anggapan dari pelaku UMKM bahwa kegiatan pemasaran secara digital itu sulit dan rumit diterapkan, padahal nyatanya digital marketing tentu sangat membantu dan memiliki sisi positif untuk membantu aktivitas pemasaran yang hendak dilakukan, apalagi di saat pandemi melanda.

Salah satu bisnis berada di sektor kuliner (F&B) yang dapat bertahan yaitu salah satunya usaha minuman dalam kemasan yang di perjual belikan secara online. Karena itu, pelaku UMKM penting untuk dapat menggunakan dan memaksimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Tentu selain dapat menekan biaya promosi, media sosial dapat menjangkau konsumen yang lebih luas karena mengingat pengguna internet di Indonesia setiap tahun terus bertahan.

Jamu.dibotol adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner dan berlokasi di Jl. Purwa Utama, Cipedak, Jakarta Selatan. Usaha ini berdiri sejak tahun 2020 tepatnya pada tanggal 16 Juni 2020. Di masa pandemi produk jamu.dibotol yaitu minuman jamu dalam kemasan botol memiliki peluang pasar yang cukup menjanjikan, terlebih produknya memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh, meningkatkan stamina dan daya tahan tubuh.

Bahan-bahan dalam produksi minuman jamu terbuat dari bahan alami seperti kunyit, jahe, kencur dan temulawak serta bahan baku tambahan seperti gula yang menggunakan gula asli tanpa buatan, ditambah tanpa bahan-bahan pengawet yang dapat membahayakan tubuh.

Mekanisme penjualan saat ini masih hanya terbatas pada pengoptimalan sosial media instagram secara organik.

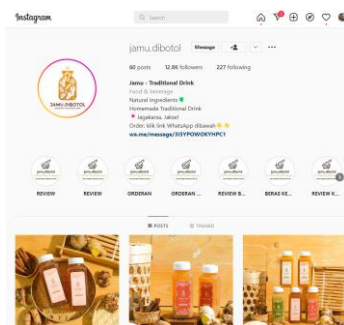


Gambar 1. Logo Jamu.dibotol

Berbagai macam variasi jamu dalam kemasan botol yang dihadirkan jamu.dibotol:



Gambar 2. Produk All Varian Jamu.dibotol



Gambar 3. Tampilan Instagram Jamu.dibotol

II. METODE PELAKSANAAN

Metode dalam program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM jamu.dibotol di Cipedak dilakukan pendampingan mulai dari pemberian materi hingga pada praktik untuk membuat website dan landingpage serta mengoptimalkan media sosial sebagai upaya melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan. Dimana pemberian materi serta praktik melalui aplikasi zoom.

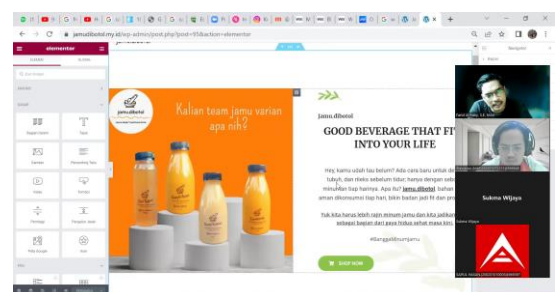


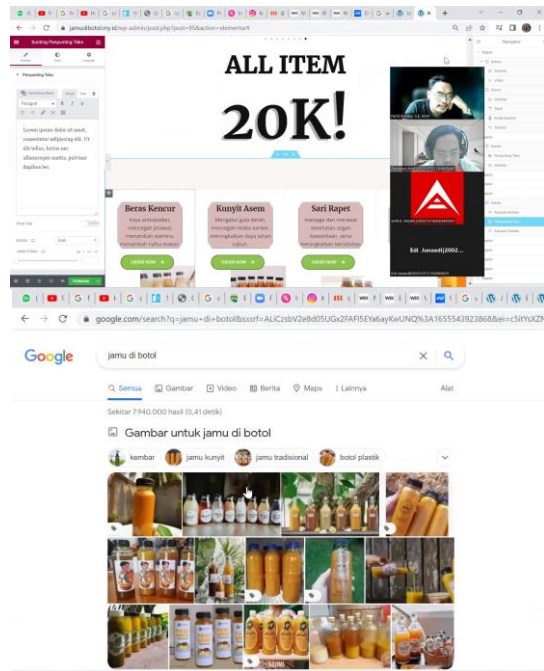
Gambar 4. Alur metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

III. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN DAN ANALISA

Penerapan metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat untuk UMKM jamu.dibotol dilaksanakan dengan tiga metode. Tahap pertama merupakan tahapan persiapan dengan melakukan indentifikasi terhadap masalah. Yaitu memberikan materi pemahaman mengenai konsep pemasaran digital dengan penekanan kepada *content marketing*. Tahapan kedua masuk kepada tahapan pelaksanaan dari metode yang direncanakan, yaitu pendampingan dalam praktik pembuatan website dan *landingpage* melalui *developer wordpress elementor*. Pendampingan praktik dilakukan secara detail mulai dari pemilihan domain dan hoster, struktur website dan landingpage yang baik, cara-cara pembuatan secara sederhana, teknik *call to action*, *copywriting* hingga bagaimana mengoptimasikan website dan landingpage yang telah dirancang.

Bentuk Kegiatan Pendampingan Pembuatan Website dan LandingPage Via Zoom;





Gambar 5. Praktik Membuat LandingPage melalui Zoom dengan metode wordpress-elementor

IV. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Dari kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM jamu.dibotol secara teori dan penyampaian materi hasilnya cukup baik dan dapat diterima pemilik bisnis.
2. Dari kegiatan praktikum dengan menggunakan Zoom, menghasilkan sebuah website, landingpage dan optimisasi terkait sosial media jamu.dibotol.

B. Saran

1. Kegiatan ini dapat di implementasikan di berbagai macam bisnis.
2. Melakukan pendampingan lebih lanjut untuk melihat bagaimana hasil dari penerapan website & landingpage.
3. Perlu dana lebih besar agar hasilnya lebih optimal.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan rahmat Allah SWT, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pendampingan Pembuatan Landing Page & Website pada UMKM Jamu Tradisional

Jamu.dibotol di Cipedak Jakarta Selatan" telah rampung dilaksanakan.

Pelaksana mengucapkan terima kasih kepada pihak dari Warek I, LPPM UNSIA yang telah support untuk terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai kewajiban dalam melaksanakan tri dharma perguruan tinggi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *Emarketing Excellence. Planning and optimizing your digital marketing*. Abingdon: Routledge
- Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). *Digital Marketing & Social Media. International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions* (pp. 163-167). Nagpur: Tripude Institute of Management Education
- Ekasmara, A. S., & Santoso, N. (2020). *Pengembangan Web Portal Landing Page E-Commerce Dengan Pola Single Page Application*. 4(8), 2713–2721
- eMarketing Institute. (2018). *E-Commerce Fundamentals*. Copenhagen: eMarketing Institute
- Hasugian, P. S. (2018). *Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi*. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86
- Krisianto, Andy. (2014). *"Jago Wordpress"*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1-17.
- Sibarani, D. (2019). *Sistem Informasi Makanan Menggunakan cms Wordpress*. Doctoral Dissretation Stimik Akakom yogyakarta.
- Siska Devella, Y. N. R., (2021). *Pelatihan Pembuatan Website Sekolah Menggunakan WordPress Untuk Guru Tik Sma Negeri 17 Palembang*. SELAPARANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, Volume 4, Nomor 2(p-ISSN: 2614-5251 e-ISSN: 2614-526X), pp. 406-411.