
STRATEGI BISNIS MELALUI PENGEMBANGAN *WEBSITE* DAN *INSTAGRAM* DI MEKARSARI

BUSINESS STRATEGIES THROUGH DEVELOPMENT OF WEBSITE AND INSTAGRAM IN MEKARSARI

Deny Hermansyah¹, Nanang Setiyoko², Pepie Diptyana³, Erida Herlina⁴, Nur'aini Rokhmania⁵

¹Jurusan Informatika/Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya

²Jurusan Desain Komunikasi Visual/Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya

^{3,4,5}Jurusan Akuntansi/Fakultas Ekonomi, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya

E-mail correspondence: deny.hermansyah@hayamwuruk.ac.id¹

Article History:

Received: 12.10.2023

Revised: 13.10.2023

Accepted: 13.10.2023

Abstrak: Bisnis kecil dan menengah (UMKM) membantu pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya. Toko Mekarsari, sebuah UMKM tanaman hias di Surabaya, adalah salah satu yang bertahan selama dan setelah pandemi Covid-19. Setelah berpindah ke Sentra Pasar Bunga Tenggilis selama tiga tahun, pemilik usaha perlu melakukan promosi lebih luas di tempat baru. *Digital marketing* adalah salah satu cara untuk memperluas pemasaran. Untuk menggunakan *digital marketing* diperlukan website dan instagram sebagai media pemasarannya. Program ini dilakukan untuk memberi pelatihan dan pendampingan kepada Toko Mekarsari dalam rangka pengembangan website dan instagram toko. Hasil kegiatan adalah berupa website dan instagram yang dibangun untuk peningkatan jangkauan pemasaran.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Situs Web, Media Pemasaran

Abstract: *Small and medium-sized enterprises (SMEs) help the economic growth of the city of Surabaya. The Mekarsari store, an UMKM ornamental plant in Surabaya, is one that survived during and after the Covid-19 pandemic. After moving to the Tenggilis Flower Market Centre for three years, the business owner needs to do a broader promotion in the new location. Digital marketing is one way to expand marketing. To use digital marketing requires a website and instagram as marketing media. The program is designed to provide training and support to the Mekarsari Store in order to develop the website and instagram store. The result of the activity is a website and Instagram built to increase the marketing reach.*

Keywords: *Digital Marketing, Website, Media Marketing*

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Per November 2022, pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya mencapai 7,17%, melampaui pertumbuhan ekonomi nasional (DPMPSTSP-Kota Surabaya, 2022). Walikota Eri Cahyadi menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi ini adalah hasil dari kerja sama masyarakat Surabaya, termasuk pengusaha, investor, dan perguruan tinggi, yang memungkinkan

penurunan tingkat pengangguran terbuka di Surabaya hingga 2% dan peningkatan ekonomi.

Strategi ekonomi kerakyatan (www.surabaya.go.id, 2022) meningkatkan kondisi ekonomi Kota Surabaya. Metode ini diterapkan dengan mendorong usaha kecil dan menengah (UMKM). Selain menjalankan APBD, pemerintah Kota Surabaya juga mendorong transaksi di platform digital, terutama E-Peken, yang merupakan loka pasar digital yang dimiliki oleh pemerintah kota. E-peken ini membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kota Surabaya memasarkan barang mereka. Selanjutnya, pegawai ASN Kota Surabaya dapat berbelanja di platform ini. Namun, sejak 1 April 2022, semua orang dapat menggunakan e-peken. Menurut Widarti (2022), transaksi di e-peken mencapai Rp 19,2 miliar dari Januari hingga Juli 2022.

Bisnis tanaman hias adalah salah satu sektor UMKM yang ada di Surabaya. Dua pusat tanaman di Surabaya adalah Kayoon dan Tenggilis. Pusat Bunga Kayoon berfokus pada florist, seperti karangan bunga dan buket, sedangkan Pusat Bunga Tenggilis lebih terfokus pada tanaman hias di luar ruangan, tanaman hobi, dan perlengkapan taman.

Toko Bunga Mekarsari di Surabaya menjual tanaman hias dalam ruangan, tanaman obat, tanaman buah, tanaman hobi, dan kebutuhan lingkungan lainnya. Sentra Pasar Bunga Tenggilis, yang terletak di wilayah pemukiman Kecamatan Tenggilis, masih berusia tiga tahun. Sebagian besar penjual di lokasi ini berasal dari pedagang yang pindah dari tepi sungai Jemursari sekitar 2019. Tanaman yang dijual berasal dari pemasok tanaman serta hasil pembibitan sendiri di sekitar toko. Sebagai pemilik, Ibu Wahyuni mengatakan bahwa Sentra Pasar Bunga Tenggilis tidak terlalu dikenal karena tidak berada di jalan utama Kota Surabaya. Toko Mekarsari memiliki pelanggan dari lingkungan sekitar selama beroperasi. Ibu Wahyuni ingin meningkatkan penjualan dan menambah pelanggan dengan membuat tokonya terkenal dan mudah ditemukan.

Permasalahan Mitra

Sejak berdiri, bisnis ini telah memasarkan melalui metode penjualan konvensional yang menunggu pelanggan datang ke lokasi. Namun, produk tanaman hias berbasis hobi saat ini dapat dipasarkan lebih luas tanpa menunggu pelanggan langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital juga dapat digunakan untuk memasarkan produk agribisnis, termasuk tanaman hias (Hermawati et al., 2021; Vasumati and Arun, 2021). Hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa Ibu Wahyuni ingin memulai kampanye pemasaran melalui media digital. Kita dapat memeriksa masalah toko dalam waktu yang masuk akal jika ada solusi yang tepat (Hermansyah and Muklason, 2020).

Solusi dan Target

Pengusaha menghadapi dua masalah penting dalam pemasaran digital: gap praktik dan gap pengetahuan (Herhausen et al., 2020). Kemajuan teknologi telah membuat hidup lebih mudah dan membantu orang berkomunikasi satu sama lain (Mukhlis et al., 2023). Kemampuan pengusaha saat ini berbeda dengan kemampuan yang seharusnya mereka miliki untuk mengoperasikan perangkat teknologi, membeli materi atau konten, dan mengelola administrasi pemasaran digital. Di sisi lain, kesenjangan pengetahuan adalah jumlah pengetahuan pengusaha tentang alur atau proses, serta elemen pemasaran digital. Di era transformasi digital yang semakin berkembang, penggunaan media teknologi informasi sangat penting (Supriyanto et al., 2022).

Dunia digital telah mengubah cara media promosi bisnis berkembang (Puspitaningrum et al., 2023). Untuk memasarkan di media digital, seperti media sosial, lokasi pasar, dan *website*, konten digital diperlukan. Hampir semua bidang kehidupan dipengaruhi oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi saat ini (Laga et al., 2023). Gambar, peta, cerita, jumlah stok, dan harga dapat menjadi konten. Kebijakan pengadaan dan pengelolaan konten adalah tanggung jawab pengusaha. Karena Toko Mekarsari sama sekali belum pernah memiliki konten digital, tim pengabdian masyarakat membantu membuat konten tersebut.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Proses ini dilakukan dalam tiga tahap: (1) mengidentifikasi masalah; (2) menentukan metode pemecahan masalah; dan (3) menerapkan metode tersebut. Saat masalah ditemukan, tim pengabdian melakukan wawancara mendalam untuk mengetahui masalah utama yang dihadapi pengusaha. Kami akan membahas opsi lain juga. Pengadaan konten digital dan instruksi fotografi untuk tanaman hias adalah solusi yang disepakati.

Foto produk, foto lokasi, peta, dan narasi adalah tiga komponen konten yang dibuat. Toko Mekarsari menyediakan produk unggulan, seperti yang ditunjukkan pada foto produk. Pelaksana abdimas datang ke lokasi toko pada waktu yang ditetapkan, dan pembibitan membawa peralatan dan melakukan dokumentasi. Setelah pemotretan selesai, pelaksana meminta persetujuan Toko Mekarsari untuk memilih gambar produk mana yang ingin ditampilkan. Tim Abdimas juga mengambil foto produk dan mencatat lokasi toko di *Google Map*. Ini dilakukan agar calon pelanggan dapat melihat toko dan lokasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan dari April hingga Mei 2023. Kunjungan kedua di tahap implementasi adalah

mengawasi pembuatan akun Instagram dan situs web toko. Untuk membuat website dan toko Instagram, Anda harus memiliki akun Google. Pengusaha juga dididik untuk membuat *landing page* dan toko Instagram serta strategi pemasaran.

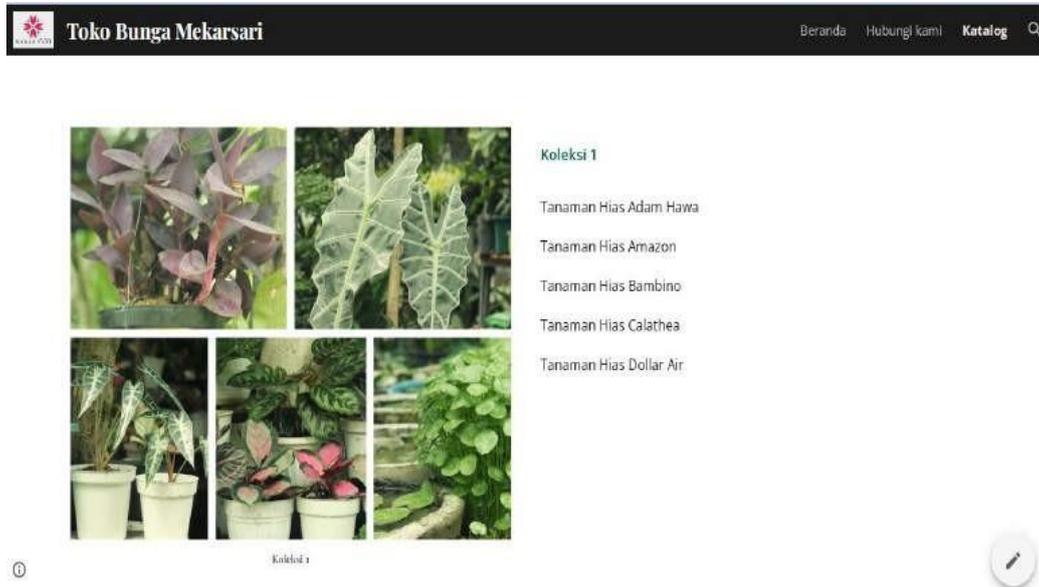
Tampilan website hasil pelatihan ditunjukkan pada Gambar 1,2, dan 3. Kami melakukan pendataan produk yang akan dipasarkan setelah membuat *website* toko. Pendataan produk ini dilakukan secara bersamaan untuk mencatat jumlah barang dagangan yang tersedia. Selain melalui *website*, produk juga dipasarkan melalui toko Instagram, seperti yang ditunjukkan pada gambar 4. Agar pengusaha dapat memprediksi stok dan arus kas, sistem akuntansi persediaan memerlukan pendataan jenis dan jumlah barang dagangan secara berkala. Selain itu, data unit persediaan ini dapat digunakan sebagai materi informasi di loka pasar digital. Terakhir, tugas dokumentasi mencakup gambar produk. Dokumentasi ini disertai dengan pelatihan dan pendampingan fotografi untuk pengusaha dan karyawan Toko Mekarsari.



Gambar 1 Halaman Beranda Toko Bunga Mekarsari



Gambar 2 Halaman Hubungi Kami



Gambar 3. Halaman Katalog Produk Tanaman Hias



Gambar 4 Instagram Toko Bunga Mekar Sari



(a) (b)
Gambar 5 Produk-produk Tanaman Hias

SIMPULAN

Kegiatan ini sangat menguntungkan pengusaha. Setelah mengikuti program ini, pengusaha sekarang memiliki toko *online* dan akun Instagram dengan konten produk yang *diupdate* untuk bisnisnya. Mereka juga memiliki kumpulan data foto dan persediaan yang siap digunakan untuk pemasaran online. *Website* dan akun Instagram toko berguna untuk menarik pelanggan potensial. Cuaca dan sinar matahari menghalangi proses pemotretan karena hampir seluruh produk berada di luar ruangan. Meskipun demikian, pengusaha sangat terlibat dalam acara tersebut. Kegiatan ini juga membantu pengusaha memperoleh pengetahuan dan keterampilan dokumentasi. Diharapkan juga bahwa konten digital dapat terus diperbarui secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- DPMPPTSP-Kota Surabaya. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Surabaya Lampau Nasional, Tahun 2022 Wali Kota Eri Cahyadi Targetkan Meningkatkan*. <https://dpm-ptsp.surabaya.go.id/v3/detailpost/pertumbuhan-ekonomi-surabaya-lampau-nasional-tahun-2022-wali-kota-eri-cahyadi-targetkan-meningkat>
- Herhausen, D., Miocevic, D., Morgan, R. E., & Kleijnen, M. H. P. (2020). The Digital Marketing Capabilities Gap. *Industrial Marketing Management*, 90, 276–290.
- Hermawati, A., Fettry, S., & Suhermin. (2021). Understanding Digital Trends in Marketing Agribusiness Products: Critical Analysis of International Publications. *International Journal of Business, Economics & Management*, 4(1), 165–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.31295/ijbem.v4n1.1455>
- Hermansyah, D., Muklason, A. (2020). Evaluation of hyper-heuristic method using random-hill climbing algorithm in the examination timetabling problem, in: *Journal of Physics: Conference Series*. IOP Publishing, p. 022101.

- Laga, S.A., Hermansyah, D., Alifkhan, M.V.D. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Jobhub Layanan Aplikasi Freelance Menggunakan Figma.
- Mukhlis, I.R., Hermansyah, D., Lantang, V.M. (2023). Rancangan Basis Data Transaksi Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat ABC Menggunakan MySQL Dengan Model Entity Relationship Diagram (ERD) dan Physical Data Model (PDM). *J. Adv. Inf. Ind. Technol.* 5, 1–10.
- Puspitaningrum, A.C., Nurhadi, M., Supriyanto, H., Prasetya, M.S., Hermansyah, D., Fitri, N.A., Riskiawan, A.I. (2023). Pengelolaan Konten Website Dan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Menggunakan Canva. *JMM J. Masy. Mandiri* 7, 1317–1329.
- Supriyanto, H., Nurhadi, M., Prasetya, M.S., Hermansyah, D., Puspitaningrum, A.C. (2022). Pembuatan Media Informasi Digital sebagai Sarana Informasi dan Promosi Sekolah. *JMM J. Masy. Mandiri* 6.
- Vasumati, P., & Arun, C. J. (2021). Adoption of Digital Marketing in Agribusiness: A Conceptual Study. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25 (3), 1–6.
- Widarti, P. (2022, July 31). Transaksi Platform UMKM E-Peken Surabaya Capai Rp 19,2 Miliar. *Bisnis.Com*. <https://surabaya.bisnis.com/read/20220731/531/1560884/transaksi-platform-umkm-e-peken-surabaya-capai-rp192-miliar>.
- Www.surabaya.go.id. (2022, March 12). *Dari Program UMKM hingga Padat Karya, Strategi Walikota Eri Cahyadi Bangkitkan Ekonomi Surabaya*. <https://www.surabaya.go.id/id/berita/65672/dari-program-umkm-hingga-padat>.