

Peningkatan Daya Jual Produk Olahan Lemon UMKM Rumah Lemon Pekanbaru Menggunakan Woocommerce

Rika Perdana Sari ^{a,1*}, Shumaya Resty Ramadhani ^{a,2}, Silvana Rasio Henim ^{a,3}, Istianah Muslim ^{a,4},
Jan Alif Kreshna ^{a,5}

^a *Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Caltex Riau, Jl Umbansari No 1, Pekanbaru, Indonesia*

¹ *rika@pcr.ac.id; ² shumaya@pcr.ac.id; ³ silvana@pcr.ac.id; ⁴ istianah@pcr.ac.id; ⁵ janalif@pcr.ac.id;*

**corresponding author*

INFORMASI ARTIKEL (10pt)	ABSTRAK (10PT)
Diterima : Direvisi : Diterbitkan :	Proses pemasaran produk yang dilakukan oleh pelaku Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) saat ini harus mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan teknologi pemasaran kearah digitalisasi menuntut pelaku UMKM untuk mengikutinya, sehingga perkembangan bisnis senantiasa berkembang. Hal tersebut juga menjadi perhatian oleh <i>owner</i> UMKM Rumah Lemon Pekanbaru (RLP). RLP merupakan usaha rumahan yang dikelola secara profesional dengan memanfaatkan lemon lokal sebagai bahan baku utama, berdiri sejak tahun 2017. Lemon lokal ini kemudian diolah sedemikian rupa, menjadi beberapa produk kesehatan, kecantikan, minuman dan perlengkapan dapur. Beberapa produk RLP sudah memiliki pasar tersendiri, dan dalam proses pemasarannya <i>owner</i> menggunakan sosial media dan <i>marketplace</i> . Pada tahun 2021 <i>owner</i> juga menggunakan website untuk pemasaran, namun <i>owner</i> mengeluhkan website yang ada saat ini memiliki beberapa kelemahan, sehingga pemesanan yang dilakukan dari website tidak memenuhi target. <i>Owner</i> menginginkan pengembangan website <i>e-commerce</i> , menggunakan fasilitas <i>e-commerce wordpress</i> , yakni <i>woocommerce</i> . Pengembangan website ini nantinya dapat mendukung pemasaran produk menjadi lebih massif dan tata kelola yang lebih baik. <i>Owner</i> juga mendapatkan infografis pelanggan yang potensial, klasifikasi pelanggan sudah dikelola otomatis, koneksi ke media pemasaran lainnya yang dimiliki lebih cepat dan praktis. Disamping itu pengelolaan pembayaran juga dapat dilakukan dengan mudah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini selanjutnya dapat membantu UMKM RLP untuk meningkatkan daya jual produk-produk olahan lemon lokal.
Kata Kunci: UMKM Rumah Lemon Pekanbaru E-Commerce Pemasaran Digital	

I. Pendahuluan

Perkembangan situasi dan teknologi di masa sekarang menuntut seluruh pelaku usaha meningkatkan daya jual produk melalui pemasaran secara daring. Hal ini juga berlaku untuk pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), proses penyesuaian permintaan dan tingkat konsumsi masyarakat yang semakin tinggi, serta perubahan situasi yang terjadi dua tahun terakhir, membuat masyarakat beralih menggunakan teknologi dalam berbelanja. Pemanfaatan teknologi membuat gaya belanja masyarakat bergeser dari yang sebelumnya bersifat konvensional menuju transaksi berbasis penjualan daring. Perubahan gaya belanja masyarakat ini membuat banyak pelaku usaha membuat situs penjualan daring, sehingga masyarakat mendapatkan informasi lebih dan bertransaksi dengan mudah. Berdasarkan data yang dirilis oleh datareportal (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>) bulan Februari 2022, terhadap data digital yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia, perilaku belanja masyarakat secara daring sebesar 60,6% per minggunya. Seiring perkembangan bisnis dan pesatnya penjualan secara daring, tantangan dan persaingan dalam merebut pangsa pasar juga semakin tinggi. Pelaku usaha dituntut untuk dapat memberdayakan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien, serta menyusun strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dimaksud merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan pelaku usaha dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan digital marketing. Digital marketing adalah salah satu jenis pemasaran yang banyak digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa, dengan menggunakan saluran digital untuk menjangkau konsumen [1]. Promosi produk menggunakan media elektronik/media digital berpotensi menjangkau konsumen secara tepat waktu, tepat sasaran langsung ke

konsumen secara pribadi, dan relevan. UMKM dapat terhubung dengan konsumen secara daring, konversi penjualan dapat lebih meningkat sesuai target pasar, pengeluaran terhadap biaya pemasaran menjadi lebih hemat, melayani konsumen secara *real time* dan berpotensi untuk meningkatkan penjualan produk [2]. Cukup banyak dukungan yang diberikan oleh para penggiat teknologi guna memperkenalkan digital marketing kepada pelaku UMKM terutama dalam beberapa tahun belakangan. Dorongan tersebut merupakan salah satu efek dari merebaknya kasus pandemi Covid-19 yang mulai terjadi di Indonesia sekitar awal tahun 2020. Tentunya kejadian itu membuat perubahan proses bisnis yang cukup signifikan, yakni dari proses yang mayoritas memerlukan aktifitas tatap muka beralih menjadi pertemuan secara maya atau *online* [5]. Masyarakat dan para pelaku usaha dituntut untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dan internet untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pemanfaatan media sosial berbasis internet yang paling umum digunakan masyarakat luas dalam mempromosikan produk UMKM, seperti facebook dan Instagram [7]. Akan tetapi, meski produk yang dimiliki dapat dipromosikan dengan baik melalui media gambar, video dan teks, proses tanya jawab dan transaksi masih banyak yang berlangsung secara langsung atau temu langsung. Dengan merebaknya toko *online* di Indonesia, maka masyarakat pelaku usaha dianjurkan untuk memanfaatkan fasilitas tersebut. Terdapat berbagai pelatihan yang diberikan kepada para pemilik usaha untuk menjadi mitra kerjasama atau sekedar menggunakan jasa antar dari aplikasi besar seperti go-food (GoJek) maupun grab-food (Grab) [8]. Harapannya pelaku usaha, terutama dibidang kuliner dapat memasarkan jualanannya secara luas dan cepat meski di dalam kota. Selain itu, pemilik usaha juga diarahkan untuk mendaftarkan jualan atau toko usahanya pada sistem toko *online* seperti tokopedia, bukalapak [6] dan juga Google bisnis [3]. Sebagai tambahan, pelaku usaha juga dianjurkan untuk memanfaatkan aplikasi keuangan dan pembukuan digital agar proses kelola dan manajemen bisnis menjadi lebih baik [9].

Rumah Lemon Pekanbaru (RLP) telah menjadi salah satu UMKM yang melibatkan peran teknologi berupa media sosial untuk mempromosikan dan menjual produk bisnisnya. Bahkan belum lama ini, RLP telah memiliki sebuah website yang dikelola sendiri untuk mempromosikan produk yang dijual. Meski begitu, setelah website tersebut dioperasikan selama kurang lebih 3-4 bulan, ternyata masih terdapat kebutuhan *owner* yang belum mampu diakomodir oleh sistem tersebut. Beberapa permasalahan yang teridentifikasi antara lain: Website belum dapat mengklasifikasi jenis pelanggan berdasarkan pengelompokannya, misalnya menampilkan pelanggan potensial bagi penjualan produk lemon Pekanbaru. Website juga belum bisa dihubungkan secara langsung ke media sosial RLP. Ketika akan menghubungkan ke sosial media, *owner* harus membuat *landing page* baru, dan pengaturan pada sistem yang membutuhkan banyak waktu. Website juga belum bisa mengakomodir transaksi langsung yang dilakukan oleh pelanggan ke akun perbankan RLP. Ketika akan menyebarkan informasi produk, *owner* tidak bisa spesifik ke hanya pelanggan yang potensial saja. Adapun tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mengembangkan website *e-commerce* RLP dengan pemanfaatan media pemasaran secara digital untuk meningkatkan pangsa pasar dan menjangkau konsumen RLP secara lebih luas.

II. Pelaksanaan dan Metode

Penyelesaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam 3 tahapan, yaitu tahap perencanaan, dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan *owner* RLP, menggali kebutuhan dari *owner*, dan menentukan strategi pembuatan website. Tahap kedua adalah tahap pengembangan, pada tahap ini tim PkM mendiskusikan solusi yang akan diberikan sesuai dengan permasalahan *owner* RLP, menentukan user desain dari website yang akan dikembangkan, dan menentukan tempat *hosting* dan domain dari website. Tahap validasi adalah tahap ketiga dari kegiatan. Pada tahap ini validasi dilakukan ke *owner* RLP, hal ini berguna untuk memastikan bahwa website sudah dapat memenuhi kebutuhan. Kegiatan ini dibatasi menjadi 2 kali iterasi, sehingga kegiatan masih berada sesuai dengan penjadwalan yang telah disepakati sebelumnya. Setelah website *e-commerce* RLP selesai, selanjutnya adalah serah terima aplikasi ke *owner* RLP.

III. Hasil dan Pembahasan

A. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, tim melakukan proses penggalan kebutuhan dan informasi dari *owner* RLP. Kegiatan dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi Google Meets, pada tanggal 27 April 2022. Selanjutnya kebutuhan diidentifikasi berdasarkan kebutuhan fungsional dan non fungsional dari *website* yang akan dikembangkan.

Kebutuhan Fungsional:

- a. Membuat *landing page* dari produk lemon yang dijual

- b. Membuat website *e-commerce* yang interaktif dan mudah untuk diintegrasikan dengan semua sosial media penjualan yang sudah ada
- c. Memperbaiki *copy writing* dari *website*, dengan menekankan kepercayaan dan menonjolkan produk yang dipasarkan
- d. Memperbaiki konten dari *website*
- e. Membuat menu beranda, toko, katalog, tentang kami, kontak, dan akun

Kebutuhan Non Fungsional:

- a. *Safety and Security*: terdapat prosedur otoritas dimana admin harus mengidentifikasi diri dengan sebuah *username* dan *password*. Setelah melalui prosedur ini, hanya admin yang memiliki wewenang untuk dapat mengakses data dalam sistem.
- b. *Safety and Security*: Sistem harus dapat memastikan bahwa data yang digunakan dalam sistem harus terlindung dari akses yang tidak berwenang, dengan menambahkan *https://* pada *hosting website*.
- c. *Usability*: antarmuka *website* mudah dipahami dan *user friendly*.
- d. *Usability*: desain *website* menarik, informatif dan interaktif.
- e. *Performance*: *website* tangguh ketika menangani *request* dari *user*
- f. *Reability*: *website* menampilkan keluaran sesuai dengan fungsi yang diidentifikasi di awal, tanpa ada kesalahan/ kegagalan pada saat dioperasikan.

B. Tahap Pengembangan

Pengembangan website dilakukan dengan memanfaatkan sebuah fitur plugin WordPress yang bernama WooCommerce. Plugin ini memiliki banyak fitur yang dapat digunakan oleh para pemilik website, salah satunya untuk membuat tampilan lebih baik. Selain itu, mayoritas layanan yang disediakan pada plugin WooCommerce bertujuan untuk meningkatkan kinerja website secara fungsional dengan penggunaan *dashboard* untuk pemantauan perkembangan usaha yang dapat dimodifikasi secara fleksible [4][10].

Dengan pemanfaatan WordPress dan plugin WooCommerce, maka website Rumah Lemon Pekanbaru yang terbaru terbentuk. Website tersebut dapat diakses pada link <https://rumahlemonpku.com/>.

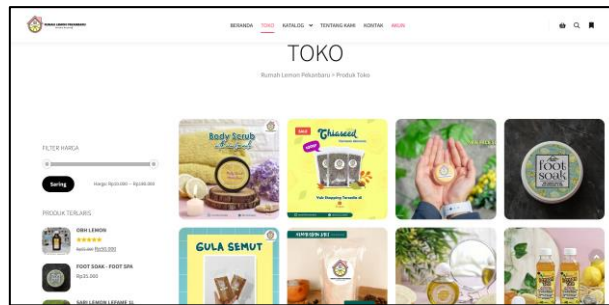


Gambar 1. Halaman utama website Rumah Lemon Pekanbaru

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah:

1. Melakukan pendaftaran ke web penyedia hosting dan domain, wordpress (woocommerce).
2. Setelah melakukan pendaftaran hosting, selanjutnya mulai membangun website e-commerce.
3. Menambahkan plugin sesuai dengan kebutuhan dari woocommerce yang mau dikembangkan.
4. Menghubungkan website e-commerce dengan sosial media yang dimiliki RLP.
5. Membuat halaman untuk memvisualisasikan jumlah konsumen potensial berdasarkan interaksi yang dilakukan oleh konsumen dengan website.
6. Menghubungkan website dengan plugin untuk konfirmasi pembayaran ke akun perbankan RLP.

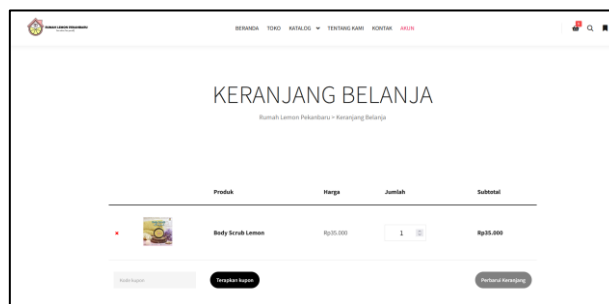
Gambar 2 sampai dengan Gambar 6 merupakan tampilan dari beberapa halaman utama bagi para pengunjung website Rumah Lemon Pekanbaru.



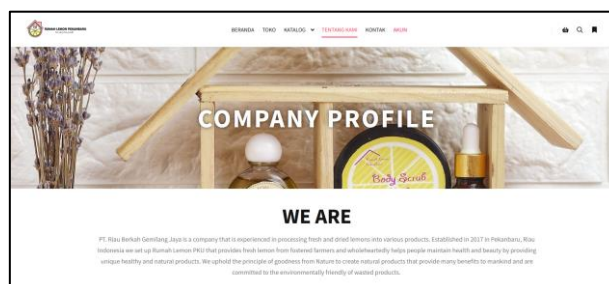
Gambar 2. Halaman toko berisi daftar produk RLP



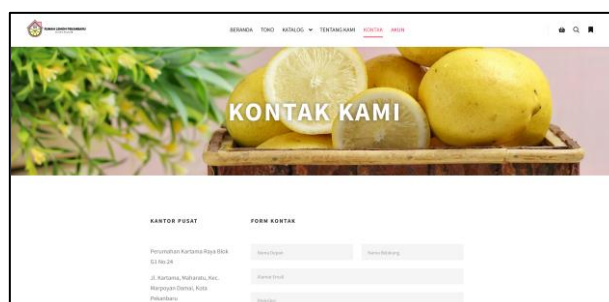
Gambar 3. Halaman detail produk



Gambar 4. Halaman keranjang belanja



Gambar 5. Halaman profil Rumah Lemon Pekanbaru



Gambar 6. Halaman kontak Rumah Lemon Pekanbaru

C. Tahap Validasi

Proses validasi dilakukan oleh tim dan *owner* RLP, dimaksudkan untuk memastikan bahwa *website* yang dikembangkan telah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, dan memastikan bahwa data serta *content* yang dimasukkan ke dalam basis data telah dapat dijelaskan sumber dan kebenaran datanya.



Gambar 7. Tim menjelaskan *website* kepada *owner* RLP



Gambar 8. *Owner* memvalidasi *website* yang dihasilkan

Berdasarkan hasil diskusi pada saat proses validasi dengan *owner* RLP, maka secara keseluruhan *website* yang dikembangkan sudah sesuai dengan kebutuhan *owner*. *Owner* sepakat bahwa kebutuhan fungsional telah dapat terbentuk dengan baik dan memenuhi kriteria yang telah disepakati pada saat diskusi awal. Sementara untuk kebutuhan non-fungsional, *owner* dan pengembang sepakat bahwa masih diperlukannya perbaikan dari sisi performa sistem terutama jika *website* harus diakses menggunakan perangkat *smartphone*. Berdasarkan hasil pengujian *website* RLP terbaru, performa web jika diakses dengan menggunakan perangkat *mobile* berada di *range* angka 74-83. Angka ini berarti performa web sudah baik untuk diakses via *smartphone* tapi memiliki potensi untuk menjadi lebih berat dan lama dalam menampilkan konten. Hal tersebut dikarenakan proses pengambilan gambar melalui internet dan render di layar yang cukup memakan waktu. Sementara ketika menggunakan perangkat *desktop*, maka *website* tersebut mendapat nilai diatas 90 yang artinya sudah sangat baik. Oleh sebab itu, *owner* menyarankan pada pengembangan selanjutnya untuk lebih memperhatikan bagian performa *website* untuk dapat ringan diakses dari segala jenis perangkat.

IV. Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) berupa Peningkatan Daya Jual Produk Olahan Lemon UMKM Rumah Lemon Pekanbaru Menggunakan Woocommerce dapat dilakukan dengan baik. Metode pengembangan yang dimulai dari tahap perencanaan, tahap pengembangan dan tahap validasi/*testing* sampai dengan serah terima aplikasi dapat berjalan dengan lancar, sesuai dengan perencanaan kegiatan yang telah disusun. Kegiatan ini bermanfaat bagi *owner* untuk membantu proses penjualan produk olahan lemon dan dapat meningkatkan penjualan.

Ucapan Terima Kasih

Ketua dan Anggota Tim PkM mengucapkan terimakasih kepada Badan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (BP2M) Politeknik Caltex Riau yang telah mendukung terlaksananya kegiatan PkM ini. Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada mitra, yakni Ibu Ariefna Amini selaku *owner* UMKM RLP.

Daftar Pustaka

- [1] Yasmin, Afrina., Sadia Tasneem, dan Kaniz Fatema. 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. Vol 1, No 5, pp 69-80, International Journal of Management Science and Business Administration.
- [2] Handajani, L., Akram, Furkan, Rifa'i. 2019. Penggunaan Pemasaran Digital Pada Usaha Home Industry Kopi Lombok. Vol 6 No 3 (2019): Jurnal Abdi Insani Universitas Mataram.

- [3] Jannatin, Rahmatul, M. Wahyu Wardhana², Rudi Haryanto, Agus Pebriyanto, and Politeknik Negeri Banjarmasin. 2020. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2(2):119–30. doi: 10.31961/IMPACT.V2I2.844.
- [4] Pratama, Andika Fauzan, and Anita Diana. 2021. "Implementasi E-Commerce Dengan Content Management System Wordpress Menggunakan Woocommerce Pada Hopeandsoles.Id." *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System* 4(1):20–30. doi: 10.36080/idealis.v4i1.2769.
- [5] Pratiwi, Maya Intan. 2020. "Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm." *Jurnal Ners* 4(2):30–39. doi: 10.31004/jn.v4i2.1023.
- [6] Setiadi, Haryono, Ristu Saptono, and Pringgo Widyono. 2019. "Implementasi Free Open Source E-Commerce (Fose) Untuk Mendukung Pemasaran Digital Pada UMKM Jamur Tiram." *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)* 2:83–88. doi: 10.37695/pkmcsr.v2i0.469.
- [7] Sulaksono, Juli, and Nizar Zakaria. 2020. "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri." *Generation Journal* 4(1):41–47. doi: 10.29407/GJ.V4I1.13906.
- [8] Susanti, Elisa. 2020. "Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor." *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat* 1(2):36–50. doi: 10.24198/SAWALA.V1I2.26588.
- [9] Yarlina, Vira Putri, Syamsul Huda, and Inge Puspa Riana Kuswandi. 2021. "Pengembangan Dan Pemasaran Produk Pangan Lokal Secara Digital Di Era Pandemi Covid-19." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 5(4):1150–62. doi: 10.31764/JMM.V5I4.5017.
- [10] Martiana, Nabilah Ayu dan Fajarita, Lusi. "Perancangan Website E-Commerce Berbasis Wordpress pada Sempurna Jaya Aluminium Product." *Jurnal Idealis* 2(5): 298-305. <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2608/835>