

Pengembangan Website Pemasaran Dan Pemesanan Produk Pada CV. Talongka Jaya

Marike Kondo¹, Yoice Putung², Herry Langi³, Fanny Doringin⁴, Anthoinethe Waroh⁵,
Donald Noya⁶, Ventje M.A Lumentut⁷, Julianus Gesuri Daud⁸, Stephy B. Walukow⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Manado

Email : marikekondoj@polimdo.ac.id

Abstrak

Mitra kegiatan adalah CV. Talongka Jaya, dimana usaha mitra cukup produktif yang bergerak pada bidang usaha furnitur dari kayu yang memiliki peluang untuk memasarkan produknya sampai ke tingkat nasional maupun internasional. Mahalnya penerapan teknologi pada usaha mitra dan keinginan mitra untuk memperluas usaha lewat media digital mendorong tim pengabdian untuk mengimplementasikan hasil penelitian yang berupa website yang telah diuji pada skala laboratorium dan berhasil, serta dapat diterapkan pada usaha mitra dalam hal melakukan pemasaran dan pemesanan produk dengan memanfaatkan telepon pintar. Salah satu solusi yang tepat untuk membantu mitra adalah menjamin keberlangsungan usaha dan meningkatkan ekonomi dengan menerapkan teknologi digital untuk sistem pemasaran dan pemesanan produk. Mitra yang menjadi objek kegiatan berlokasi di Desa Leilem, Kabupaten Minahasa dengan Nomor Induk Berusaha 1254000320791 yang berjarak ± 30 km dari kampus Politeknik Negeri Manado.

Kata Kunci : Website, teknologi, CV. Talongka Jaya, Leilem.

1. PENDAHULUAN

Mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kunci untuk memperkuat perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Mitra pada program ini berada di desa Leilem kecamatan Sonder, Kabupaten Minahasa yang berjarak ±30 km dari Politeknik Negeri Manado (Polimdo). CV. TALONGKA JAYA dengan Nomor Induk Berusaha 1254000320791 yang menjadi mitra program diseminasi produk hasil penelitian bergerak pada bidang industri furnitur dari kayu. Berdasarkan hasil wawancara tim dengan mitra masalah utama yang dihadapi untuk memperluas

usahanya saat ini yaitu pada bidang pemasaran dan pemesanan masih dilakukan secara tradisional. Konsumen akan menghubungi mitra dan melakukan kesepakatan. Kondisi ini dimungkinkan bila konsumen mengenal mitra dan memiliki lokasi yang berdekatan. Tapi bagaimana dengan calon konsumen lainnya yang tidak mengetahui usaha mitra. Usaha ini dijalankan mitra secara perorangan dengan melibatkan 5 – 10 orang pekerja. Potensi berkembangnya usaha mitra ini sangat menjanjikan, mengingat Sulawesi Utara memiliki potensi kekayaan alam kayu yang melimpah dan kebutuhan masyarakat terkait furnitur cukup tinggi. Meskipun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi

besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran, namun masih menghadapi beberapa masalah termasuk mitra program CV. Talongka Jaya. Penerapan teknologi untuk pemasaran dan pemesanan produk sangat penting bagi mitra karena memiliki beberapa manfaat yang signifikan, salah satunya adalah untuk menjangkau pelanggan di seluruh negeri atau bahkan di pasar internasional dan meningkatkan potensi penjualan produk yang dihasilkan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan meliputi :

1. Pengembangan Program Pengabdian: Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim menyusun kegiatan/program pengabdian yang sesuai dan relevan untuk membantu mitra mengatasi persoalannya. Pada program ini mencakup pelatihan, penyediaan sumber daya, pendampingan, dan pelatihan pemasaran dan pemesanan lewat web/aplikasi digital.
2. Evaluasi dan Umpan Balik: Setelah pelaksanaan kegiatan, tim akan melakukan evaluasi untuk mengevaluasi keberhasilan dan dampak dari program pengabdian. Umpan balik dari mitra dan peserta perlu untuk perbaikan atau peningkatan program di masa mendatang.
3. Tindak Lanjut: Berdasarkan hasil evaluasi dan umpan balik, tim akan melakukan tindak lanjut untuk memastikan bahwa manfaat dari kegiatan pengabdian akan berlanjut.
4. Penyebarluasan Hasil: membagikan hasil dan pembelajaran dari kegiatan pengabdian lewat publikasi pada media online dan publikasi pada jurnal pengabdian dan video youtube.

Adapun tahapan implementasi website :

1. Pengumpulan data : wawancara dan diskusi.
2. Melakukan uji coba website dengan menyesuaikan dengan kebutuhan mitra

3. Melakukan input data
4. Melakukan uji coba pada calon pengguna

Tahapan kegiatan yang telah dilakukan bertujuan agar website yang akan digunakan oleh mitra dapat di kelola dengan baik sehingga dapat bermanfaat untuk keberlangsungan usaha mitra

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan melalui 2 kegiatan utama yaitu :

1. Melakukan penyesuaian fitur yang dibutuhkan mitra.
2. Melakukan pelatihan.

Pelatihan dilakukan oleh tim pengabdian di lokasi Mitra, yaitu di desa Leilem dimana mitra dilatih untuk melakukan *update* data dan informasi pada website. Selain itu kegiatan ini juga melibatkan para pemuda yang akan melakukan uji coba pada website.

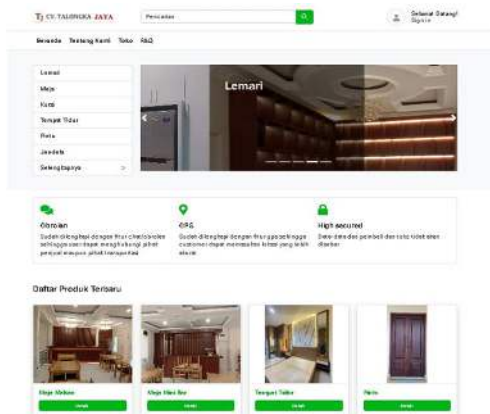


Gambar 1. Dokumentasi kegiatan pelatihan

Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini adalah :

1. Tim dari CV. Talongka Jaya telah mendapatkan pelatihan dan mampu melakukan *update* data secara mandiri.
2. Terjalin kerja sama yang baik antara tim pengabdian dengan CV. Talongka Jaya, sehingga membuka peluang untuk pengembangan kegiatan di masa mendatang.

Adapun hasil tangkapan layar website yang dihasilkan adalah seperti gambar dibawah ini .



Gambar 2. Tampilan website

Website mitra yang merupakan hasil kegiatan pengabdian dapat diakses pada laman : <https://cvtalongkajaya.com/> Kegiatan pengabdian ini telah dipublikasi pada media online :

<https://sulutribicara.com/2024/06/25/gelar-pengabdian-di-desa-leilem-polimdo-bantu-kembangkan-usaha-cv-talongka-jaya/>



Gambar 3. Publikasi media online

Kegiatan ini melibatkan mahasiswa dan dosen dari jurusan Teknik Elektro dimana selain mendapatkan pelatihan maka mitra dan peserta kegiatan juga mendapatkan pemaparan materi terkait Kewirausahaan digital dari nara sumber yang kompeten. Keberlangsungan program ini terbuka lebar, mengingat lokasi mitra dapat dijangkau dengan kendaraan/transportasi darat dan memiliki akses jalan yang sangat baik, yang memungkinkan tim melakukan evaluasi dan pendampingan lebih intensif. Akses internet pada lokasi mitra adalah sangat baik. Koordinasi dan pendampingan akan terus dilakukan sampai mitra dapat mencapai target yang diinginkan. Rencana keberlanjutan program adalah hadirnya kelompok - kelompok usaha baru.

Kegiatan ini boleh berhasil dilaksanakan atas partisipasi mitra dalam berbagai kesempatan untuk sharing dengan tim di sela – sela kesibukan, bahkan mitra telah menyediakan dan mempersiapkan tempat dan waktu untuk kegiatan pelatihan. Mitra bersedia untuk membagi pengalaman , pengetahuan dan keterampilan yang didapat dalam pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat sekitar yang tidak bekerja , sehingga dapat menjadi inspirasi untuk memulai usaha yang mendapatkan tambahan penghasilan.

4. PENUTUP

Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan efisiensi untuk pemasaran dan pemesanan produk menjadi.
2. Tim dari CV. Talongka Jaya telah mendapatkan pelatihan dan mampu melakukan *update* data secara mandiri.
3. Membangun kemitran dengan CV. Talongka Jaya sehingga membuka peluang untuk pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang.

5. DAFTAR PUSTAKA

1. Arif, Mochamad Syaiful. "IPTEKS bagi Masyarakat (IbM) Kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga Desa Banjarejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri." AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship) 2.01 (2017): 25-35.
2. Dimas, N., Dewi, I., Latiefa, Z., Rosanto, A., & Amin, S. (2021). Perancangan Website sebagai Media Digital Marketing untuk Mendorong Pemasaran UMKM. Jurnal Bina Desa, 3(3), 176-180.
3. Kondojo, M. A., Sundah, D., & Sawidin, S. (2019). Analysis of Consumer Behavior in the Use of Online Shop with the Fuzzy Logic Tahani Method in Manado City Indonesia. International Journal of Computer Applications, 975, 8887

4. Mardiana, N., Azwar, A. G., Nurhayati, L., Nurwathi, N., Wijaya, W., Munandar, A., ... & Nurbani, S. N. (2022). Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi Umkm Desa. Jurnal Abdimas Sang Buana, 3(1), 1-9.
5. Utari, T. (2022). Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi

Pemasaran UMKM. International Journal of Demos, 4, 677-685.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Politeknik Negeri Manado, CV. Talongka jaya, dosen dan mahasiswa dan semua sudah terlibat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian.