

Induksi Teknologi Informasi Untuk Penguatan Usaha “Hasbuna Catering” Pada Masa Pandemi Covid 2019

Pipin Widyaningsih^{1*}, Intan Oktaviani²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa Surakarta Indonesia

*Corresponding Author

pipin_widyaningsih@udb.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan implementasi website company profile dan pembuatan ijin usaha bagi Hasbuna Catering Surakarta. Mitra kegiatan pengabdian adalah “Hasbuna Catering” yang berlokasi di Perumahan Garden Vista B-7 Gang Jambu Gebyok RT.03 RW.05 Kelurahan Ngemplak, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Kegiatan pengabdian terbagi dalam tiga tahap yaitu (1) Tahap Persiapan; (2) Tahap Pelaksanaan; (3) Tahap Pendampingan.

Tahap persiapan meliputi kegiatan diskusi dengan mitra terkait masalah dan harapan yang diinginkan oleh mitra. Proses website company profile juga dilakukan pada tahap persiapan. Penyusunan modul pengelolaan website dan pengurusan ijin usaha juga dilakukan pada tahap persiapan.

Tahap pelaksanaan meliputi pendaftaran nama usaha untuk mendapatkan domain dan sewa hosting, mengunggah konten company profile ke domain yang telah terdaftar. Pelatihan pengelolaan website dan serta pengurusan ijin usaha dilakukan pada tahap pelaksanaan.

Tahap pendampingan merupakan tahap keberlanjutan program setelah mitra melakukan semua kegiatan pada tahap pelaksanaan. Pada tahap ini mitra dan tim pelaksana pengabdian bersama-sama mengawal aplikasi yang telah dibuat untuk mengoptimalkan promosi dan penjualan produk dari mitra pengabdian masyarakat.

Target luaran dari kegiatan pengabdian adalah peningkatan pemahaman dan ketrampilan masyarakat melalui kegiatan pelatihan pengelolaan website dan adanya rekayasa sistem penjualan dan promosi produk dengan menggunakan website company profile. Selain itu, penerbitan ijin usaha juga menjadi luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat.

Kata kunci: pemasaran digital, profil usaha, hasbuna catering, ijin usaha

Abstract

Community service activities are carried out by implementing a company profile website and making business license for Hasbuna Catering Surakarta. The community service partner is "Hasbuna Catering" which is located at Perumahan Garden Vista B-7 Gang Jambu Gebyok RT.03 RW.05 Kelurahan Ngemplak, Kartasura, Sukoharjo. Community service activities are divided into three stages, namely (1) Preparation Stage; (2) Implementation Stage; (3) Mentoring Stage.

Preparation stage includes discussion with partners regarding problems and expectations desired by partners. The company profile website process is also carried out at the preparation stage. Website management module preparation and business license management are also carried out during the preparation stage.

Implementation stage includes registering a business name to obtain a domain and hosting, uploading company profile content to the registered domain. Website management training and business license management are carried out at the implementation stage.

Mentoring stage is the program sustainability stage after the partners carry out all activities at the implementation stage. At this stage the partners and the community service implementation team together oversee the application that has been made to optimize the promotion and sale of products from community service partners.

Output from community service activity are increase the understanding and skills of the community through training on website management and the engineering of sales systems and product promotion using a company profile website. In addition, business license also an output of community service activities.

Keywords: digital marketing, company profile, hasbuna catering, business licence

PENDAHULUAN

Tidak dapat di pungkiri bahwa salah satu sektor yang menopang perekonomian di Indonesia adalah dari sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), karena melalui sektor inilah semua aspek yang berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, pangan, dan papan, sebagai contoh dalam segi konsumsi banyak sekali usaha-usaha UMKM yang berperan aktif, seperti usaha pengolahan hasil pertanian, gabah, produksi pangan dan lain sebagainya. Dan masih banyak lagi sektor lain yang mengisi aktifitas lalu lintas produksi (Kristiyanti & Lisda Rahmasari, 2015).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, misalnya usaha kuliner. Pada sepuluh tahun terakhir perkembangan UMKM di Indonesia mencapai 99,9 persen dari total unit usaha di Indonesia. Jumlah UMKM yang tersebar di Indonesia sebanyak 62,9 juta unit meliputi perdagangan, pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan, pertambangan, pengolahan, bangunan, komunikasi, hotel, restoran dan jasa-jasa (Nurhidayat, 2020).

Globalisasi dan pasar bebas menjadi tantangan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk terus bertahan. Derasnya arus informasi dan semakin bebasnya kompetisi telah meningkatkan kesadaran konsumen dan pelanggan akan banyaknya pilihan produk barang dan jasa yang dapat dipilih. Apabila UKM tidak segera membenahi diri, maka UKM akan terancam kalah bersaing dan gulung tikar. Untuk itu, UKM perlu membenahi diri dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan pelanggan (Priambada, 2015).

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah potensi teknologi informasi. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi UKM untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya. Selain itu juga meningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi yang dapat digunakan UMKM adalah teknologi internet. Setiap orang pasti telah menikmati layanan internet. Dahulu internet hanya digunakan oleh para pekerja di bidang teknologi komputasi berbasis internet dan yang mengerti teknologi itu saja. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi ini juga mengalami perkembangan ke arah pencapaian kemudahan dan kenyamanan luar biasa dalam melakukan kegiatan sehari-hari yang dianggap tidak mungkin dapat dikerjakan dalam waktu singkat (Sugeng, 2018).

Teknologi internet yang dapat dimanfaatkan UMKM adalah website. Website memberi pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap penjualan suatu produk. Dampak tersebut bisa dirasakan oleh masyarakat, pemerintah dan stakeholder yang ada sangkut paunya dalam suatu usaha masing-masing, dalam hal ini adalah internet khususnya website. Website dapat menjadi Media Pemasaran Produk Unggulan UMKM. Melalui website didapatkan sebuah gambaran yang jelas mengenai sebuah alur sistem yang menggambarkan aktifitas pemasaran produk-produk unggulan UMKM secara jelas (Sugeng, 2018).

Hasbuna Catering adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner. Hasbuna Catering berdiri pada tahun 2015 dengan produk awal yang ditawarkan adalah kue tart, cake dan donat. Dalam perkembangannya Hasbuna Catering mengembangkan produk berdasarkan permintaan pelanggan. Produk yang ditawarkan menjadi lebih banyak dan bervariasi antara lain : aneka snack box, snack hantaran, paket nasi box, tumpeng untuk berbagai macam acara seperti pengajian, rapat kantor/instansi, arisan, pertemuan keluarga dan acara lainnya. Daerah pemasaran Hasbuna Catering berada di daerah Kartasura dan sekitarnya. Pemesanan produk dilakukan secara *pre order* dan dipasarkan melalui mulut ke mulut, aplikasi whatsapp serta Instagram.

Hasbuna Catering ingin melakukan ekspansi pasar yang lebih luas tidak terbatas pada kontak WhatsApp maupun follower di Instagram. Selain itu Hasbuna Catering belum memiliki ijin usaha dari lembaga terkait. Ijin usaha ini penting untuk menguatkan posisi Hasbuna Catering dalam persaingan. Ijin usaha juga dapat memberikan banyak manfaat bagi Hasbuna

Catering, karena dapat mengakses berbagai program pelatihan dan penguatan UMKM dari pemerintah.

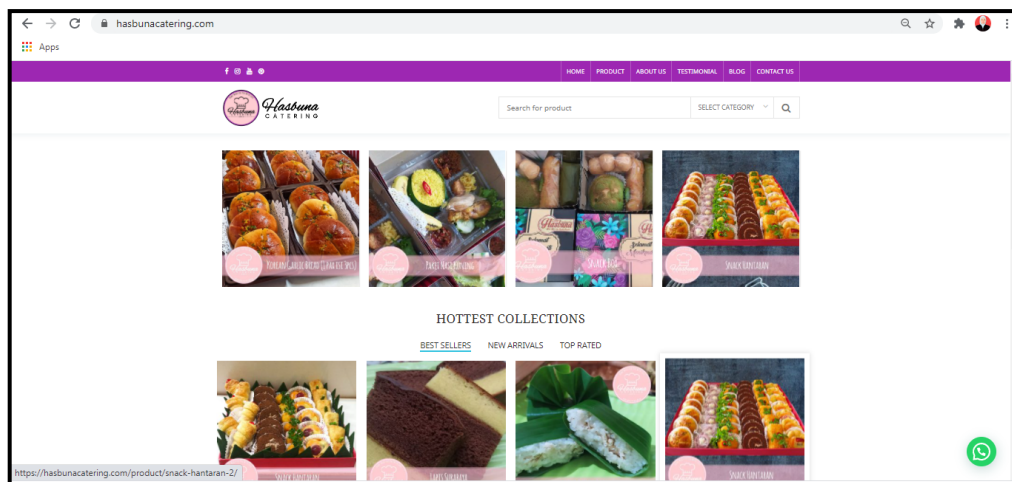
METODE

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan Hasbuna Catering adalah sebagai berikut : (1) Membuat website company profile untuk pemasaran produk Hasbuna Catering. Website memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dan fleksibel karena dapat diakses siapa saja tanpa harus menjadi follower ataupun kontak nomor telepon. Selain itu website juga dapat memberikan deskripsi produk secara jelas dan lengkap dan dapat diakses secara *realtime* oleh pelanggan; (2) Mengoptimalkan pemanfaatan website dengan melakukan setting Search Engine Optimization (SEO); (3) Mendaftarkan usaha untuk mendapatkan Surat Ijin Usaha Mikro Kecil (IUMK).

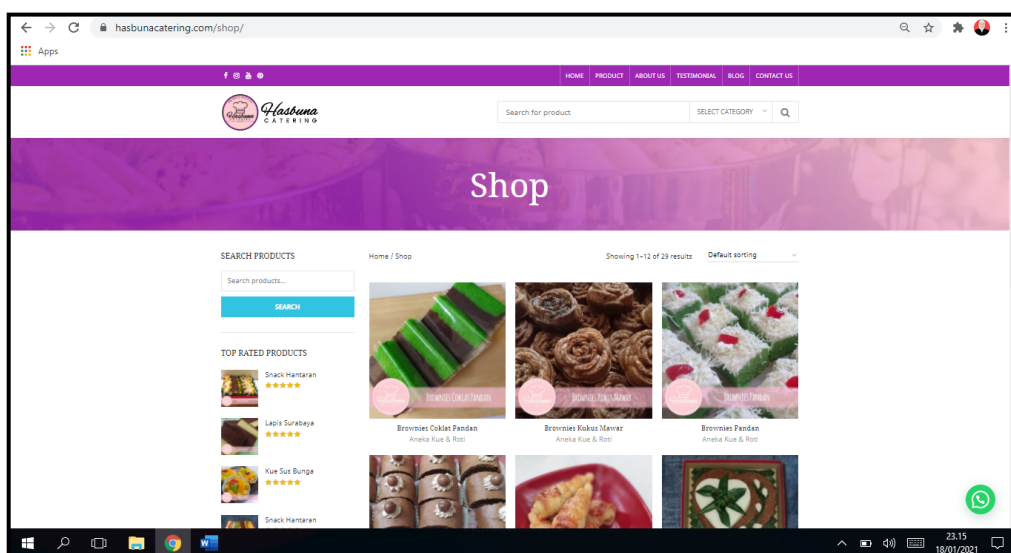
Tahapan pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi tiga tahapan yaitu : (1) Tahap Persiapan, Tahap persiapan meliputi kegiatan diskusi dengan mitra terkait masalah dan harapan yang diinginkan oleh mitra. Proses website *company profile* juga dilakukan pada tahap persiapan. Penyusunan modul pengelolaan website dan materi optimalisasi penggunaan website untuk media promosi dan perluasan segmentasi pasar juga dilakukan pada tahap persiapan; (2) Tahap Pelaksanaan, Tahap pelaksanaan meliputi pendaftaran nama usaha untuk mendapatkan domain dan sewa hosting, mengunggah konten *company profile* ke domain yang telah terdaftar. Pelatihan pengelolaan website, optimalisasi website untuk promosi dan perluasan pasar serta pengurusan ijin usaha dilakukan pada tahap pelaksanaan; (3) Tahap Pendampingan, Tahap pendampingan merupakan tahap keberlanjutan program setelah mitra melakukan semua kegiatan pada tahap pelaksanaan. Pada tahap ini mitra dan tim pelaksana pengabdian bersama-sama mengawal aplikasi yang telah dibuat untuk mengoptimalkan promosi dan penjualan produk dari mitra pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai pada kegiatan masyarakat adalah website company profile hasbuna catering kartasura yang beralamat di <https://hasbunacatering.com/>. Berikut ini beberapa tampilan dari website tersebut :



Gambar 1 Halaman beranda Website Hasbuna Catering

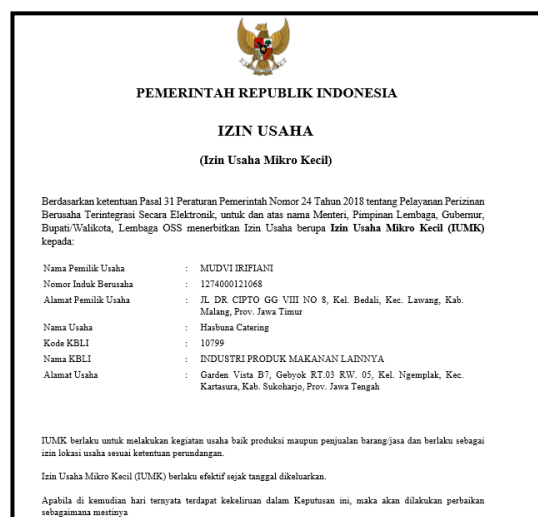


Gambar 2 Halaman Produk

Beberapa modul yang disusun untuk kegiatan pelatihan pengelolaan web dan pengurusan ijin usaha antara lain :



Gambar 3 Modul Pelatihan



Gambar 4 Cuplikan Ijin Usaha

Kendala yang dihadapi oleh tim pengabdian dan mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah proses pelatihan yang dilakukan secara tidak langsung. Hal ini dilakukan karena kegiatan pengabdian dilakukan pada masa pandemi Covid-19. Untuk mengatasi kesulitan tersebut tim pengabdian menggunakan modul secara mendetail untuk memudahkan mitra dalam melakukan kegiatan pengelolaan website dan perangkat pendukungnya. Komunikasi pendampingan dilakukan menggunakan aplikasi WhatsApp untuk memudahkan penyampaian keluhan dari mitra kepada tim pengabdian masyarakat.

Berdasarkan kuisioner kepuasan mitra pengabdian terhadap kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa mitra merasa puas dan terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat. Awalnya mitra belum memiliki website untuk mengelola pemesanan dan penjualan produknya sekarang sudah memiliki website sendiri. Mitra mendapatkan peningkatan ketrampilan dalam mengelola website melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu mitra sangat terbantu dengan adanya pengurusan izin usaha sehingga usaha yang dilakukan mitra sudah mendapatkan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), Nomor Induk Berusaha (NIB), dan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Dan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL)

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, kesimpulan yang dapat diambil adalah : (1) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa implementasi teknologi pemasaran online dengan membuat aplikasi website company profile dan pengurusan izin usaha telah terlaksana sesuai jadwal yang telah direncanakan dengan baik; (2) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil membuat mitra merasa puas dan terbantu dengan teknologi yang diimplementasikan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Duta Bangsa dan Ibu Mudvi Irifiani selaku pemilik Hasbuna Catering Kartasura

DAFTAR PUSTAKA

- Kristiyanti, & Lisda Rahmasari, S. (2015). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(2), 186.
- Nurhidayat, L. T. P. (2020, June 23). Pengaruh Covid-19 Terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *<https://Sukabumiupdate.Com/Detail/Bale-Warga/Opini/67200-Pengaruh-Covid-19-Terhadap-Pertumbuhan-UMKM-Di-Indonesia>*, 1. <https://sukabumiupdate.com/detail/bale-warga/opini/67200-Pengaruh-Covid-19-Terhadap-Pertumbuhan-UMKM-di-Indonesia>
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, November*, 41–46.
- Sugeng, H. (2018). Pengaruh Penggunaan Website Terhadap Penjualan Produk Pengusaha UMKM Pada Asosiasi Industri Kreatif Depok. *Sosio E-Kons*, 10(1), 39–46.