

PKM ECOMMERCE, PACKAGING DESIGN DAN MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK USAHA KULINER KOTA BATAM

Muhammat Rasid Ridho^{1*},
Pastima Simanjuntak²,
Desrini Ningsih³

¹)Sistem Informasi, Universitas Putera
Batam

²)Teknik Informatika, Universitas
Putera Batam

³)Manajemen, Universitas Putera
Batam

Article history

Received : 10-04-2019

Revised : 20-05-2019

Accepted : 27-05-2019

*Corresponding author

Muhammat Rasid Ridho

Email : rasid517@gmail.com

Abstraksi

Usaha kuliner sangat berkembang di Kota Batam, terlebih lagi mayoritas masyarakat merupakan pekerja. Karena tidak punya waktu untuk memasak, warga lebih suka membeli makanan diluar sambil bersantai dengan keluarga. Permintaan semakin banyak, semakin banyak juga dibuka usaha usaha di bidang kuliner ini. Sehingga persaingan dalam berjualan bertambah berat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pangsa pasar usaha Cake Tape Nona dan Toteles Donuts melalui pemanfaatan ecommerce, perbaikan design dan pembinaan manajemen pemasaran. Hasil pengabdian yang telah dilakukan adalah pembuatan website mitra untuk mempromosikan produknya, desain pengemasan (packaging design) yang menarik menjadi perhatian sendiri bagi pembeli. Rasa memang menentukan pembelian kembali, dengan tampilan yang cantik diharapkan akan menambah nilai positif di mata pelanggan. Solusi yang pengabdian akan terapkan dengan membuat bentuk yang unik serta print layout yang berbeda. Manajemen pemasaran dilakukan dengan memberikan pembinaan bagaimana usaha tetap dapat mempertahankan kelangsungan usaha serta tetap memperhatikan kepuasan pembeli. Lebih detail lagi yakni: penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program agar tujuan usaha kuliner tetap maju dan berkembang.

Kata Kunci : Ecommerce, Packaging Design, Manajemen Pemasaran

Abstract

Culinary business is very developed in Batam City. Moreover, the majority of people are workers. Because they do not have time to cook, people prefer to buy food outside while relaxing with family. More and more demand, more and more businesses have also opened up in this culinary field. So that competition in selling gets heavier. This service activity aims to increase the market share of Miss Tape and Toteles Donuts through the use of e-commerce, design improvement, and marketing management fostering. The result of the service that has done is the creation of partner websites to promote their products, attractive design packaging (packaging design) becomes its concern for buyers. Taste does determine the repurchase, with a beautiful look that is expected to add positive value to the customer's eyes. Dedicated solutions will require implementation by creating unique shapes and different print layouts. Marketing management is doing by guiding how businesses can maintain business continuity and still pay attention to buyer satisfaction. More details are: analyzing, planning, implementing, and monitoring the program so that the goals of culinary business continue to advance and develop.

Keywords: Ecommerce, Packaging Design, Marketing Management

© 2019 Penerbit LPPM UNSERA. All rights reserved

PENDAHULUAN

Usaha kuliner sangat berkembang di Kota Batam, terlebih lagi mayoritas masyarakat merupakan pekerja. Karena tidak punya waktu untuk memasak, warga lebih suka membeli makanan diluar sambil bersantai dengan keluarga. Permintaan semakin banyak, semakin banyak juga dibuka usaha usaha di bidang kuliner. Pertumbuhan bisnis kuliner secara tidak langsung berdampak

pada persaingan antar usaha dalam mendapatkan pelanggan.

Salah satu cara yang biasa dilakukan pemilik usaha dalam meningkatkan produknya adalah melalui media online berbasis website (Arifianto & Coiri, 2018; Barovich & Nurussama, 2018; Sunarti, Puspita, & Ernawati, 2018; Wibowo, 2012). Pemanfaatan e-commerce mempunyai pengaruh terhadap

peningkatan penghasilan UMKM (Helmalia & Afrinawati, 2018).

Design mempunyai peranan yang baik dalam menarik minat pembeli. Design mencerminkan identitas suatu produk, meningkatkan daya tarik serta mampu melindungi produk (Lim, Tanudjaja, & Salamoon, 2015). Pemanfaatan e-commerce dan perbaikan design merupakan salah satu langkah dalam meningkatkan pemasaran produk. Pengelolaan manajemen pemasaran yang baik dalam rangka meningkatkan daya saing, segmentasi pasar sehingga akan meningkatkan profit UMKM (Masnah, Hapid, & Haedar, 2016; D. H. Wibowo & Arifin, 2015).

Program pendampingan ini berfokus pada usaha Cake Tape Nona dan Toteles Donuts. Usaha Cake Tape Nona berawal dari iseng iseng mengatasi kejenuhan di rumah karena pemilik usaha (Vitria Laili Rahmawati) sebagai ibu rumah tangga. Bermula membuat cookies untuk lebaran menerima pesanan tetangga, teman dekat. Melihat pangsa pasar bagus pemilik usaha lanjutkan ke nasi kotak, aneka tumpeng, nasi box, snack box, birthday cake, donat dengan aneka topping.

Tahun 2009 usaha ini mulai dirintis dan untuk saat ini pemilik usaha lebih fokuskan ke Cake Tape Nona, karena banyak teman setiap bepergian selalu membawa Cake Tape Nona sebagai buah tangan. Cake Tape Nona mempunyai slogan 'Rasakan Bedanya' untuk menarik pembeli. Cake Tape Nona dari Batam ini juga menjadi salah satu oleh-oleh buah tangan, sehingga tidak heran baik dari Warga dari Kota Tanjungpinang membeli cake tape disini. Selain harganya terjangkau Cake Tape Nona juga menyediakan layanan Delivery Order khusus Kota Batam dengan menghubungi nomor ini 0811 7741 099 (Gambar 1). Pesanan biasanya datang di hari Sabtu dan hari Minggu. Usaha ini telah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan ijin P-IRT.



Gambar 1. Produk dari Cake Tape Nona

Risyanto pemilik usaha memulai sebuah usaha Toteles Donuts hanya membutuhkan dana kurang dari dua juta untuk membuka usaha donat tersebut. Pemilik dari Toteles Donuts ini sendiri merupakan anak muda berumur dua puluh lima tahun yang tertarik pada bidang kuliner dan berupaya untuk berwirausaha dan mandiri. Dan sekarang sudah terbukti memang sudah mandiri.

Produk utama dari Toteles Donuts adalah donat dengan bahan kentang dengan ukuran mini yang memiliki rasa dan tekstur yang berbeda dari donat kentang lainnya. Selain rasa donat yang enak dan selalu membuat pembelinya ketagihan. Stand gerobak yang digunakan juga sangat unik. Para pembeli dapat berfoto selfie bersama donatnya ataupun gerobaknya. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau, donat ini dijual per kemasan yang berisi 10 buah donat dengan harga sepuluh ribu rupiah saja. Untuk menarik pembeli Toteles Donut mempunyai slogan "Donut Selfie".

Karyawan tetap ada 5 orang, sudah ada tugas masing masing. Sedangkan cabang ada empat tempat, 3 tempat dia area Batam Center dan satu lagi ada di daerah Tiban. Kapasitas produksi kue donat sudah sampai 2500 pcs. Selain membuka stand di 4 tempat tadi juga mendapatkan pesanan rutin dari kawasan perusahaan di Batamindo salah satunya PT SIIIX Electronics Indonesia.



m, ., .

Berdasarkan analisa dan wawancara dengan pemilik usaha terdapat tiga kemiripan dari kedua mitra (Cake Tape Nona dan Toteles Donuts) yaitu belum punya website resmi, desain kemasan dan manajemen pemasaran berikut lebih detailnya:

1. Belum punya website resmi untuk promosi.
Untuk keperluan branding sebuah produk kedua mitra menginginkan aplikasi ecommerce yang berisi semua produk dan detail deskripsinya. Mereka juga menginginkan agar pelanggan pelanggannya mendapatkan informasi terbaru

tentang produk kulinernya. Terutama produk yang sesuai dengan timingnya seperti kue lebaran, kue natal atau event event lainnya.

2. Desain Kemasan.

Kedua mitra ingin produk kulinernya memiliki kemasan yang menjual, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian dari pelanggannya. Ingin unik atau ingin berbeda dengan yang lainnya. Tetapi juga harus mempertimbangkan harga, seperti Ibu Fitria pemilik usaha Cake Tape Nona yang harus membeli kemasan dari Cimahi.

3. Manajemen Pemasaran.

Pada saat wawancara dengan kedua mitra, kami menanyakan apa yang mereka butuhkan. Dan mereka menginginkan pembinaan berkaitan dengan manajemen pemasaran seperti bagaimana cara menganalisa, cara perencanaan program pemasaran, cara pelaksanaannya serta bagaimana evaluasi program-program yang telah ditetapkan sebelumnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan serta penjelasan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan sebagai berikut. Kami tim pengabdian berasal dari 3 program studi: sistem informasi, teknik informatika dan manajemen. Terdapat 3 macam kegiatan yang akan dilakukan dalam melaksanakan solusi dari permasalahan kedua mitra yaitu:

Kegiatan permasalahan website resmi

Berikut ini adalah daftar kegiatan yang akan dilakukan:

1. Pembelian nama domain untuk kedua mitra.
2. Pemesanan hosting untuk penyimpanan aplikasi ecommerce.
3. Pemilihan CMS yang cocok dengan masing masing usaha mitra.
4. Pemasangan CMS pada hosting yang sudah dipesan.
5. Pemesanan template yang berbayar agar tampilan lebih menarik.
6. Pelatihan kepada kedua mitra untuk mengelola aplikasi ecommerce.
7. Pelatihan cara upload konten, gambar produk, deskripsi, harga dan tampilan yang mereka inginkan.
8. Pemasangan aplikasi chat online di aplikasi ecommerce dengan tawk.to.
9. Pelatihan penggunaan aplikasi chat untuk menambah pelayanan kepada pelanggan yang akan membeli atau bila ada pertanyaan lain mengenai produk.
10. Pelatihan agar terhindar dari hacker.

11. Pelatihan cara meng-backup data dari hosting.
12. Pelatihan SEO, agar website dari kedua mitra populer di mata search engine (misalnya Google)

Kegiatan permasalahan packaging design

Berikut ini adalah daftar kegiatan yang akan dilakukan:

1. Penyiapan logo yang sudah ada.
2. Spesifikasi produk dan diferensiasi produk.
3. Analisis fitur kemasan VIEW (Visibility, Information, Emotion Appeal, Workability)
4. Brand Positioning, memposisikan produk mitra sebagai dessert spesial yang berkualitas, menyenangkan dan dapat dijadikan sebagai alternatif hadiah.
5. Brand Identity, Identitas merek yang akan ditampilkan pada kemasan.
6. Pencarian alternatif gambar atau ilustrator.
7. Pemilihan Jenis font/Tipografi.
8. Penentuan warna.
9. Penentuan komposisi / tata letak.
10. Pemilihan bahan material.
11. Penjaringan ide dari bentuk kemasan.
12. Finishing.

Kegiatan permasalahan manajemen pemasaran

Berikut ini adalah daftar kegiatan yang akan dilakukan:

1. Pelatihan pemilihan pasar jika memang perlu diulang kembali,
2. Pelatihan perencanaan produk bila memungkinkan untuk memperbanyak varian,
3. Pelatihan penetapan harga yang tepat,
4. Pengkajian ulang sistem distribusi,
5. Pelatihan komunikasi pemasaran/ promosi.

Jenis Kepakaran Yang Diperlukan

Jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh persoalan atau kebutuhan kedua mitra dan untuk keberhasilan program kegiatan yang akan dilaksanakan, maka keanggotaan tim pengabdian ini terdiri dari beberapa dosen dengan bidang keahlian yang dibutuhkan serta dibantu oleh dua mahasiswa. Tim pelaksanaan kegiatan ipteks ini terdiri dari 3 dosen dengan kualifikasi multi disiplin ilmu.

(1) Bidang sistem informasi;

Dibutuhkan untuk kepakaran pada saat pembelian nama domain untuk kedua mitra, pemesanan hosting untuk penyimpanan aplikasi ecommerce, pemilihan CMS yang cocok dengan masing masing usaha mitra, pemasangan CMS pada hosting yang sudah dipesan, pelatihan kepada kedua mitra untuk mengelola aplikasi ecommerce, pelatihan cara upload konten, gambar produk, deskripsi, harga dan tampilan yang mereka inginkan,

pelatihan penggunaan aplikasi chat untuk menambah pelayanan kepada pelanggan yang akan membeli atau bila ada pertanyaan lain mengenai produk, pelatihan cara meng-backup data dari hosting, pelatihan SEO, agar website dari kedua mitra populer di mata search engine.

- (2) Bidang teknik informatika ;
Diperlukan untuk keahlian pada waktu penyiapan logo, spesifikasi produk dan diferensiasi produk, analisis fitur kemasan VIEW (Visibility, Information, Emotion Appeal, Workability), brand positioning (memposisikan produk mitra sebagai dessert spesial yang berkualitas, menyenangkan dan dapat dijadikan sebagai alternatif hadiah), brand identity (identitas merek yang akan ditampilkan pada kemasan), pencarian alternatif gambar atau ilustrator, pemilihan jenis font/tipografi, penentuan warna, penentuan komposisi/tata letak, pemilihan bahan material, penjaringan ide dari bentuk kemasan.
- (3) Bidang manajemen;
Dibutuhkan untuk pelatihan pemilihan pasar jika memang perlu diulang kembali, pelatihan perencanaan produk bila memungkinkan untuk memperbanyak varian, pelatihan penetapan harga yang tepat, pengkajian ulang sistem distribusi, pelatihan komunikasi pemasaran/ promosi.

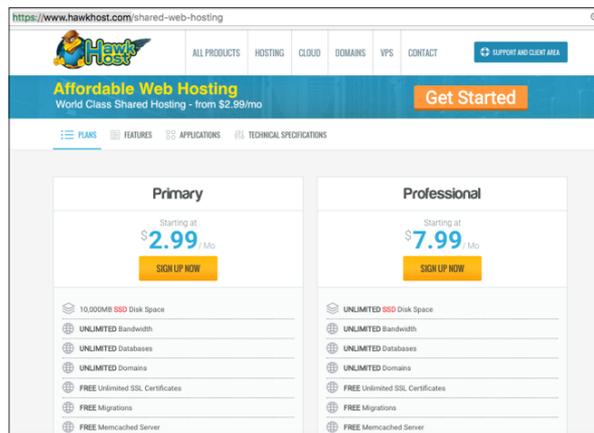
PEMBAHASAN

Aplikasi Ecommerce

Aplikasi Ecommerce yang pengabdian laksanakan sudah selesai 85%. Berikut ini adalah daftar kegiatan yang sudah kami dilakukan:

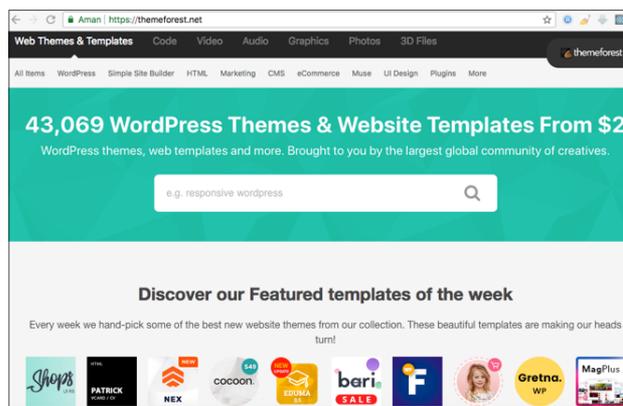
1. Pembelian nama domain untuk kedua mitra.
Tim pengabdian sudah membicarakan tentang nama domain yang akan dipakai. Kami sudah menepakati nama domainnya yaitu: <https://caketaopenona.com/> untuk mitra Cake Tape Nona dan <http://totelesbakehouse.com/> untuk mitra Toteles. Domain kami belanjakan untuk satu tahun. Jadi tahun berikutnya mereka yang akan memperpanjang.
2. Pemesanan hosting untuk penyimpanan aplikasi ecommerce.
Dengan pertimbangan yang ada kami memilih : <https://www.hawkhost.com/> sebagai tempat penyewaan hosting (Gambar 3).
3. Pemilihan CMS yang cocok dengan masing masing usaha mitra.
Content Management System yang kami pakai adalah Wordpress. Kami mengutamakan kemudahan dalam memelihara, sehingga diharapkan kedua mitra dapat secara mandiri dapat mengelolanya. Selain free wordpress

mudah untuk dikustomisasi dan menyediakan banyak theme dan plugin. Wordpress juga mendukung proses pembuatan kategori. Mendukung multi bahasa, kami gunakan Bahasa Indonesia.



Gambar 3. Tempat penyewaan hosting.

4. Pemasangan CMS pada hosting yang sudah dipesan.
CMS sudah di pasang di hosting yang sudah kami belanjakan.
5. Pemesanan template yang berbayar agar tampilan lebih menarik.
Kami belanjakan template sesuai mitra. Kami tawarkan beberapa template website, dan mereka memilihnya. Tim Pengabdian membelajarkan templatnya di themeforest. (Gambar 4)



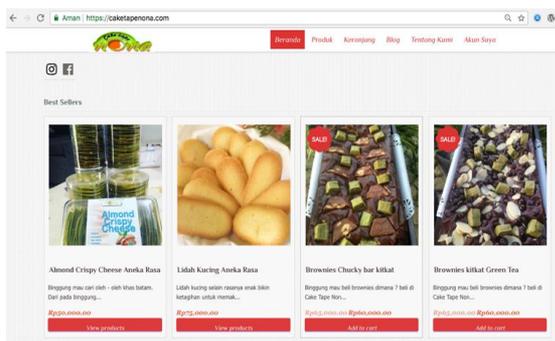
Gambar 4. Tempat pembelian template

6. Pelatihan kepada kedua mitra untuk mengelola aplikasi ecommerce.
Untuk mempermudah dalam ecommerce, tim pengabdian menambahkan plugin Woocommerce di dalam CMS. Woocommerce memiliki dukungan forum yang banyak sehingga

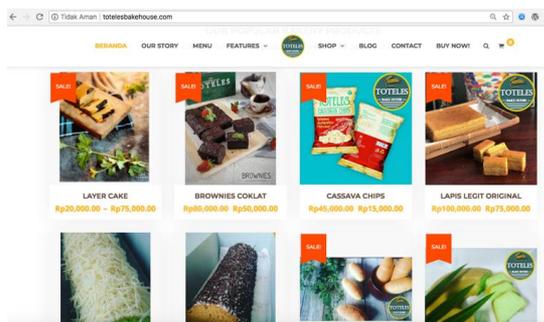
Jika mitra mengalami kesulitan, mitra akan mudah memperoleh banyak jawaban dan juga banyak masukan. Selain itu memiliki banyak tambahan plugin guna kebutuhan toko online dan mudah untuk dikembangkan dan juga dikustomisasi agar menarik dan banyak dikunjungi pelanggan mitra.

7. Pelatihan cara upload konten, gambar produk, deskripsi, harga dan tampilan yang mereka inginkan.

Kedua mitra menggunakan template yang berbeda. Jadi pelatihan dilakukan di waktu dan tempat yang berbeda juga. Agar fokus di setiap permasalahan kedua mitra. Berikut ini hasil sementara aplikasi ecommerce yang telah tim pengabdian dan mitra secara bersama (gambar 5 dan Gambar 6).



Gambar 5. Website Cake Tape Nona



Gambar 6. Website Toteles Bake House

Packaging Design

Berikut ini adalah daftar kegiatan yang telah kami lakukan:

1. Penyiapan logo yang sudah ada.
2. Spesifikasi produk dan diferensiasi produk.
3. Analisis fitur kemasan VIEW (Visibility, Information, Emotion Appeal, Workability)
4. Brand Positioning, memposisikan produk mitra sebagai dessert spesial yang berkualitas, menyenangkan dan dapat dijadikan sebagai alternatif hadiah.

5. Brand Identity, Identitas merek yang akan ditampilkan pada kemasan.
6. Pencarian alternatif gambar atau ilustrator.
7. Pemilihan Jenis font/Tipografi.
8. Penentuan warna.

Agar hasilnya lebih meyakinkan lagi kami juga konsultasikan dengan Bapak Adrian Yudha Perdana, seorang tokoh design grafis yang terkenal di Batam untuk bidang kuliner (Gambar 7) untuk mendapatkan design yang sesuai dengan produk mitra (Gambar 8).



Gambar 7. Konsultasi dengan Bapak Adrian Yudha Perdana.



Gambar 8 Design Packaging

Manajemen Pemasaran

Berikut ini adalah daftar kegiatan yang telah kami lakukan:

1. Pelatihan pemilihan pasar jika memang perlu diulang kembali,
2. Pelatihan perencanaan produk bila memungkinkan untuk memperbanyak varian,
3. Pelatihan penetapan harga yang tepat,

Program pengabdian ini dipublikasikan di media massa (Gambar 9) untuk memperkenalkan produk mitra kepada masyarakat dengan tampilan yang baru sehingga masyarakat lebih mengenal produk kedua mitra. Pengenalan melalui media massa ini sebagai bagian promosi perubahan atau inovasi produk mitra.



Gambar 9 Publikasi ke Koran Tribun Batam

Adapun evaluasi pelaksanaan program yang keberlanjutan setelah selesai kegiatan PKM dilaksanakan antara lain seperti pada tabel 1..

Tabel 1 Rancangan Evaluasi Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Indikator	Penilaian
1	Pelatihan Aplikasi Ecommerce	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan mitra dalam mengelola konten ecommerce. - Kemampuan mitra dalam memelihara ecommerce. - Kemampuan mitra dalam melakukan SEO terhadap websitenya. 	65
2	Pelatihan Packaging Design	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan mitra dalam mendesain kemasan bila ada produk baru atau ukuran produk yang berbeda. 	75
3	Pelatihan Manajemen Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan mitra dalam: <ul style="list-style-type: none"> - pemilihan pasar, - perencanaan produk, - penetapan harga, - sistem distribusi, - komunikasi pemasaran/promosi. 	85

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan website mitra dalam membantu meningkatkan promosi, design sesuai tema produk dan target pasar serta pendampingan manajemen pemasaran dengan memperhatikan kondisi yang ada, melaksanakan ide kreatif baru dan mengevaluasi hasil tindakan yang telah dilakukan. Dari hasil evaluasi pelatihan diperoleh pemanfaatan aplikasi ecommerce mempunyai hasil yang lebih rendah dibandingkan dengan yang lain yang disebabkan kemampuan mitra yang belum terampil dalam memanfaatkan dan mengelola konte website.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. 2018. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pebelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77–85.
- Barovich, G., & Nurussama, N. 2018. Penerapan E-Commerce dan Inovasi Kemasan untuk Produsen Pia Kota Palembang. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Litbangyasa Industri* (Vol. 1, pp. 118–128).
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. 2018. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246.
- Lim, S., Tanudjaja, B. B., & Salamoon, D. K. 2015. Perancangan Kemasan Produk" Choco Molten" Online Bakery Instacake Sebagai Media Promosi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6), 1–12.
- Masnah, M., Hapid, H., & Haedar, H. 2016. Strategi Pemasaran Industri Kue Bagea Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Masamba Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Equilibrium*, 2(1), 35–39.
- Sunarti, S., Puspita, R. H., & Ernawati, R. 2018. Pengembangan Pemasaran Usaha Kecil Kue Tradisional Rumahan Melalui Media E-Commerce. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 2(2), 85–95.
- Wibowo, A. T. 2012. Pembuatan Aplikasi E-Commerce Pusat Oleh-Oleh Khas Pacitan Pada Toko Sari Rasa Pacitan. *IJNS-Indonesian Journal on Networking and Security*, 2(4), 62–67.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.