

---

## DIGITALISASI PROMOSI PRODUK UKM BUNGA HIASAN “ROSY” MELALUI WEBSITE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN

---

**Sri Widaningsih \***

D3 Manajemen Pemasaran

Universitas Telkom

[sriwidaningsih@telkomuniversity.ac.id](mailto:sriwidaningsih@telkomuniversity.ac.id)

**Ati Mustikasari**

D3 Manajemen Pemasaran

Universitas Telkom

[atimustikasari@telkomuniversity.ac.id](mailto:atimustikasari@telkomuniversity.ac.id)

**Abdurrahman Rahim**

D3 Manajemen Pemasaran

Universitas Telkom

[abdurrahmanrahim@telkomuniversity.ac.id](mailto:abdurrahmanrahim@telkomuniversity.ac.id)

\* Corresponding author

### ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) seringkali masih menggunakan media konvensional untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkannya, termasuk dalam hal ini UKM Bungahiasan.Rosy yang terletak di Kota Bandung, Jawa Barat. Sejauh ini, UKM Bungahiasan.Rosy memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk-produk *handcraft* yang dihasilkannya. Namun sayang, UKM Bungahiasan.Rosy belum memiliki website, padahal website merupakan unsur yang cukup penting untuk memasarkan produk-produk UMKM secara digital. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim membuat website untuk digunakan oleh UKM Bunga Rosy supaya lebih mudah memasarkan produk-produk yang dijualnya.

**KATA KUNCI:** Website, BungaRosy, UMKM, Digitalisasi, kerajinan tangan

Naskah dikirim 30 November 2021

Naskah direvisi 22 Juli 2022

Naskah diterima 28 Juli 2022

---

### Pendahuluan

Bunga hiasan Rosy merupakan usaha kecil menengah (UKM) yang dirintis oleh Ibu Rosyanti pada tahun 1994. Berawal dari kecintaannya terhadap tanaman, Ibu Rosyanti memilih untuk menjalani usaha jual beli bunga hiasan yang dinamakan Bunga Rosy. Sejauh ini, sistem penjualan bunga di Bunga Rosy masih menggunakan cara manual. Pembeli datang untuk membeli bunga hiasan yang tersedia, atau memesan terlebih dahulu bunga hiasan yang diinginkan jika jenis yang dicari tidak ada atau konsumen memerlukan bunga yang dibuat custom. Lokasinya yang berada di Kota Bandung merupakan salah satu keunggulan Bunga Rosy. Kota Bandung dikenal sebagai kota yang sangat mendukung pertumbuhan industri kreatif, iklim yang sangat dibutuhkan oleh UMKM yang baru berkembang seperti Bunga hiasan Rosy.

Konsumen utama Bunga Rosy berasal dari Kota Bandung yang terletak di wilayah Jawa Barat dan merupakan Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat. Lokasi Kotamadya Bandung cukup strategis,

dilihat dari segi komunikasi, perekonomian maupun keamanan. Sejauh ini, Bunga Rosy sudah memiliki beberapa pelanggan tetap. Namun, seiring tuntutan zaman, Bunga Rosy ingin melebarkan sayap dan meraih pangsa pasar yang lebih luas, tidak hanya di Kota Bandung, namun juga di kota-kota sekitar Bandung.

Selain perluasan pasar, UKM Bunga Rosy juga melakukan diversifikasi produk. Selain bunga hias, Bunga Rosy juga merambah craft atau kerajinan tangan berupa pernak-pernik bunga seperti bros dan tali masker. Ibu Rosyanti selaku pemilik juga sering mengadakan kegiatan pelatihan bagi para peminat *handcraft* atau kerajinan tangan. Namun di masa pandemi ini, kegiatan pelatihan dilakukan melalui media online seperti Zoom. Selain itu, Ibu Rosyanti sebagai *owner* juga mulai merambah dunia kuliner seperti kefir dan olahan-olahan yang terbuat dari kefir. Berikut gambar contoh – contoh produk yang dihasilkan oleh UMKM Bunga Hiasan Rosy:

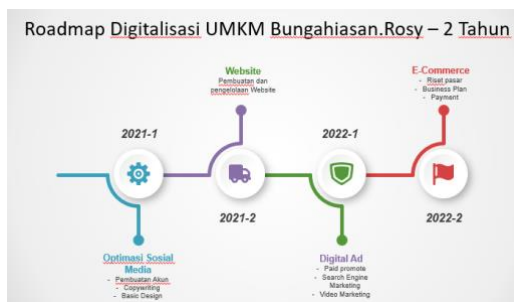


**Gambar 1. Produk-produk yang dihasilkan UMKM Bunga Hiasan “Rosy”**

Sumber : Dokumen penulis, 2021

Saat ini, website merupakan salah satu media promosi yang menjadi pilihan utama para pelaku usaha untuk memasarkan usahanya. Melalui website, pelaku usaha dapat memamerkan barang yang dijual melalui gambar-gambar dan video yang dibuat semenarik mungkin. Website memiliki keunggulan selain mudah, juga murah. Promosi yang dilakukan melalui website tidak sebesar biaya di media konvensional seperti koran, radio, tv, maupun baligho. Pemasaran melalui website juga dirasakan lebih efektif karena pelaku usaha dapat memilih target pasar dengan lebih spesifik, dapat memilih lokasi pemasaran dan mengatur *budget* yang akan dikeluarkan. Sehingga dengan demikian, para pelaku usaha dapat mengontrol target dan efektivitas dari promosi yang dilakukan.

Alasan inilah yang membuat Ibu Rosyanti berkeinginan untuk mengembangkan usahanya dengan melakukan promosi melalui website. Namun, keterbatasan pengetahuan dalam pembuatan website sebagai media promosi menjadi hambatan Bunga Rosy untuk merambah dunia digital.



**Gambar 2. Roadmap pengembangan UMKM Bunga Hiasan Rosy**

Sumber : dokumen penulis, 2021

Terdapat beberapa alasan mengapa bisnis skala kecil atau UMKM perlu menggunakan website dalam promosi (<https://webhostmu.com/manfaat-website-untuk-bisnis/>) :

1. Meningkatkan kredibilitas usaha kecil  
 konsumen semakin banyak menggunakan internet untuk mencari produk atau layanan yang mereka butuhkan. Usaha kecil akan mendapatkan kredibilitas dengan memiliki website. Tanpa website, pelanggan potensial akan pergi ke pesaing yang memiliki website. Jika sudah memiliki situs web tetapi masih apa adanya, ada baiknya didesain ulang dengan tampilan yang lebih profesional, sehingga akan memberikan tingkat kepercayaan yang lebih besar. Untuk bisnis rumahan, ini sangat menguntungkan karena tidak harus memiliki toko offline (toko fisik) terlebih dahulu untuk mempromosikan produk atau jasa.
2. Menghemat biaya  
 Sebagai pemilik usaha kecil, terkadang mungkin terpikir belum mampu membuat sebuah website yang profesional. Namun, coba bandingkan dengan biaya iklan di surat kabar, ketika bisa melihat pasar potensial yang dapat Anda capai dengan website, itu adalah cara yang sangat efektif untuk mempromosikan bisnis. Meskipun biaya membangun website itu bervariasi, sebuah situs web untuk usaha kecil umumnya berbiaya di bawah Rp500.000 per bulan. dan akan jauh lebih hemat lagi jika dikonversikan per tahunan.
3. Selalu terhubung dengan pelanggan  
 Jauh lebih mudah dan cepat untuk memperbarui informasi tentang produk dan layanan di website daripada dalam bahan cetak, sehingga ini adalah cara yang efektif untuk menginformasikan kepada pelanggan tentang kedatangan produk baru, acara mendatang, promosi khusus, atau layanan baru yang sedang Anda tawarkan. Tidak seperti iklan cetak yang cepat menjadi usang, situs web dapat memberikan informasi yang senantiasa up-to-date.
4. Mudah diakses  
 Sebuah website bisa diakses oleh pelanggan potensial selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dan 365 hari dalam setahun. Mereka bisa dengan nyaman melihat produk dan jasa ketika toko atau kantor offline ditutup. Dengan

gaya hidup yang selalu sibuk di masa kini, ini adalah *selling point* yang besar ketika membuat keputusan pembelian.

- Menjangkau target pasar yang lebih luas  
Baik menjual produk maupun jasa, website akan selalu menjadi tempat alternatif yang menarik untuk mempromosikannya. Sebagai penjual eceran suatu produk, sebuah situs web eCommerce atau toko online, adalah tempat yang bagus untuk mempromosikan produk ke pasar yang lebih luas, karena produk Anda bisa diakses dan dilihat secara global.
- Sarana katalog produk dan jasa (Portofolio)  
Tidak peduli apa pun jenis usaha yang dijalani, sebuah situs web adalah tempat yang bagus untuk memperlihatkan karya Anda. Dengan memasukkan portofolio atau galeri foto produk, serta testimonial tentang pekerjaan, Anda dapat menunjukkan apa yang membuat bisnis Anda unik.
- Menghemat waktu  
Dengan katalog online, Anda dapat memberikan banyak informasi tentang produk dan jasa Anda. Setelah website Anda jadi, maka website bisa diakses oleh para pelanggan Anda tanpa batas, dan sangat menghemat waktu Anda.
- Meningkatkan pelayanan pada pelanggan  
Dengan menambahkan halaman tanya jawab, menulis artikel dan blog, atau memberikan info newsletter untuk menjawab semua pertanyaan pelanggan Anda, hal tersebut dapat membuat para pelanggan selalu *up-to-date*.

#### METODE / CARA PENYELESAIAN MASALAH MITRA

Metode pertama yang digunakan yaitu wawancara terhadap mitra untuk mengetahui kebutuhan konten website. Dari hasil wawancara tersebut didapatkan informasi bahwa UMKM Bunga Hiasan Rosy membutuhkan media website sebagai upaya *awareness* kepada masyarakat akan produk-produk UMKM ini.



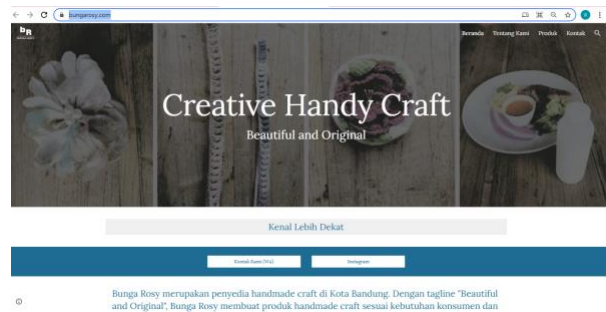
#### Gambar 3. Wawancara dengan mitra

Sumber : Dokumen penulis, 2021

Berbekal kesadaran bahwa UMKM perlu memanfaatkan website sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan produk untuk meraih keuntungan, mendapatkan channel atau jaringan yang luas dan banyak, maka Bunga Hiasan Rosy ingin menampilkan produk – produk yang dihasilkan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk membuat website adalah sebagai berikut :

- Menentukan kebutuhan UKM pada website yang ingin dibangun
- Menentukan platform website (Google Sites)
- Menentukan nama domain (bungarosy.com)
- Membeli Hosting dan domain
- Menyiapkan konten website
- Konfigurasi hosting, domain dan platform website (DNS Configuration)
- Membangun website
- Revisi website berdasarkan masukan UKM
- Optimasi website
- Mengatur Google Analytics website

#### HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 4. Website Bunga Rosy

(sumber: dokumen penulis, 2021)

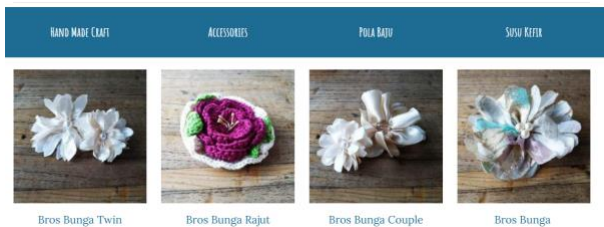
Website yang dibuat untuk UMKM Bunga hiasan Rosy beralamat di [www.bungarosy.com](http://www.bungarosy.com). Website tersebut terdiri dari empat menu atau halaman, pertama adalah halaman beranda dimana pengunjung bisa melihat tulisan "*Creative Handy Craft*" seperti yang tertera di Gambar 4. Di halaman beranda ini pengunjung dapat memilih menu-menu yang berada di kanan atas layar, yaitu "tentang kami", "produk", dan "kontak".

Halaman "tentang kami" berisi penjelasan singkat tentang profil Bunga Rosy. Selain itu terdapat tombol yang bisa di-klik dan menyambung ke ruang percakapan aplikasi WhatsApp serta akun instagram dari Bunga Rosy itu sendiri. Seperti terlihat di Gambar 5.



**Gambar 5. Tampilan halaman “Tentang Kami”**  
(sumber : dokumen penulis, 2021)

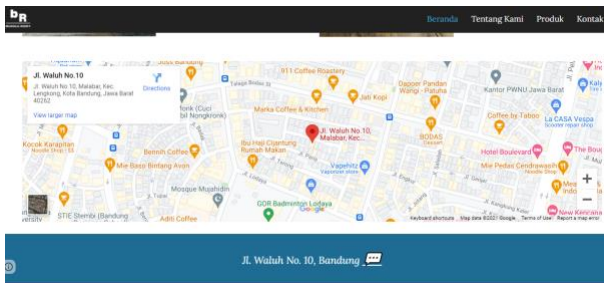
Untuk memudahkan pengenalan produk-produk kepada pengunjung website, maka dibuat halaman “Produk” dimana pengunjung bisa melihat dan memilih produk-produk yang dimiliki Bunga Rosy, seperti terlihat di Gambar 6.



**Gambar 6. Tampilan halaman “Produk”**  
(Sumber : dokumen penulis, 2021)

Terdapat empat sub halaman di menu “Produk” yaitu “Hand Made Craft”, “Accessories”, “Pola Baju”, dan “Susu Kefir”. Hal ini disesuaikan dengan variasi produk-produk yang dihasilkan UKM Bunga Rosy.

Halaman terakhir di beranda adalah menu “Kontak” yang berisikan alamat lokasi beserta peta dimana UMKM Bunga Rosy berada. Hal ini bisa dilihat di Gambar 7.



**Gambar 7. Tampilan halaman “Kontak”**  
(sumber : dokumen penulis, 2021)

## KESIMPULAN

Saat ini, hampir seluruh pelaku bisnis berlomba-lomba membuat perusahaan mereka dikenal oleh banyak orang dengan menggunakan sarana di dunia digital. Dunia digital menjadi pilihan karena dapat dengan mudah diakses kapan pun dan di mana pun. Salah satu media digital yang digunakan untuk menampilkan profil perusahaan adalah dengan

menggunakan website. Website dianggap perlu dan penting karena dapat menampilkan profil perusahaan secara lengkap mengenai bisnis yang dikerjakan serta memberikan info-info terbaru secara cepat.

Kehadiran website [www.bungarosy.com](http://www.bungarosy.com) diharapkan bisa membantu promosi produk-produk UMKM bunga hiasan rosy serta menghubungkan UMKM dengan calon pelanggan potensial secara online. Website ini masih butuh pengembangan konten supaya ke depan diharapkan transaksi jual-beli juga dapat dilakukan melalui website ini dengan aman.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kottler, Philip and Hermawan Kertajaya, *Marketing 5.0.*, Willey & Sons, 2021.
- [2] Peter, J.Paul and Jerry C. Olson, *Consumer Behavior – Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, 4<sup>th</sup> edition. Erlangga, 2000
- [3] <https://www.webarq.com/id/pentingnya-memiliki-website-untuk-para-pelaku-bisnis> diakses 28 November 2021
- [4] <https://webhostmu.com/manfaat-website-untuk-bisnis/> diakses 27 November 2021