

PEMBUATAN WEBSITE UNTUK MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA SAVANA ADVENTURE YOGYAKARTA

Hendra Kurniawan^{*1}, Ika Nur Fajri²

^{1,2}Universitas Amikom Yogyakarta

Email: hendrakurniawan@amikom.ac.id

Abstract

The Industrial Revolution 4.0 has changed the marketing models used by business actors, especially MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises). By 2022, 21.8 million MSMEs had gone digital, utilizing the internet and online media. Savana Adventure, which acts as a partner, is an MSME involved in outdoor equipment rental, located at Jl. Banteng Utama II No. 82 C, Banteng, Sinduharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. This MSME was founded in 2018 by three individuals who share a background as nature enthusiasts. Its main products include equipment for mountain climbing, camping, outbound activities, off-roading, and trail running. The partners also collaborate with various parties, such as other outdoor equipment providers, camping sites, tour guide services, and mountain climbing guides around Yogyakarta, to expand the range of services offered to consumers. Currently, the partners are facing challenges in marketing, particularly online. The large number of competitors in the same business sector makes it difficult for them to attract new customers. Despite various online marketing efforts, the impact has been minimal and not fully optimized. Therefore, there is a need for additional efforts to support the existing online marketing, such as creating a website. A website can enhance online marketing activities, build a strong brand image in the community, and facilitate communication between partners and consumers.

Keywords: Digital marketing, outdoor equipment rental, website development

Abstrak

Revolusi industri 4.0 telah mengubah model marketing yang dilakukan oleh para pelaku usaha, terutama UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Pada tahun 2022 terdapat 21,8 juta UMKM yang telah go digital dengan memanfaatkan internet atau media online. Savana Adventure yang berperan sebagai mitra merupakan UMKM yang bergerak di bidang persewaan alat outdoor yang beralamat di Jl. Banteng Utama II No. 82 C, Banteng, Sinduharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. UMKM ini dirintis pada tahun 2018 oleh 3 orang yang mempunyai background pecinta alam. Produk utamanya adalah peralatan untuk pendakian gunung, camping, outbound, offroad, dan trail run. Mitra juga bekerjasama dengan berbagai pihak, seperti penyedia alat outdoor lain, lokasi camping, jasa tour guide, dan jasa guide pendakian gunung yang ada di sekitar Yogyakarta. Hal ini dilakukan supaya dapat menambah jenis pelayanan kepada konsumen. Pada saat ini mitra sedang mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran, khususnya secara online. Banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang bisnis yang sama menjadikan mitra sulit untuk menambah konsumen baru. Berbagai upaya pemasaran online telah dilakukan, tetapi hanya berdampak sedikit atau belum maksimal. Oleh sebab itu, perlu adanya upaya lain untuk mendukung pemasaran online yang telah dilakukan oleh mitra, yaitu dengan pembuatan website. Adanya website ini dapat memberi dukungan terhadap kegiatan pemasaran online dan membangun brand image yang baik di tengah masyarakat, serta mempermudah komunikasi antara mitra dengan konsumen.

Kata kunci: Pemasaran online, sewa alat outdoor, website

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 merupakan era yang menggabungkan antara teknologi otomatisasi dengan teknologi cyber yang meliputi dunia *virtual*, konektivitas manusia, mesin dan data, serta

Internet of Things (IoT)(Lase, 2019). Era ini telah mengubah model marketing yang dulunya dilakukan secara *offline*, kini telah berubah menjadi *online*. Savana Adventure yang berperan sebagai mitra merupakan UMKM yang bergerak di bidang persewaaan alat *outdoor* yang beralamat di Jl. Banteng Utama II No. 82 C, Banteng, Sinduharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta.



Gambar 1. Tempat usaha Savana Adventure (mitra)

UMKM ini dirintis pada tahun 2018 oleh 3 orang yang mempunyai *background* pecinta alam, salah satunya adalah Fahmi Rizal Rosyadi S.Tr. Hut. Produk utama mitra meliputi peralatan untuk pendakian gunung, *camping*, *outbound*, *offroad*, dan *trail run*.



Gambar 2. Jenis alat yang disewakan oleh mitra

Beberapa jenis alat yang disewakan oleh mitra antara lain *megaphone*, *cooking set*, ransel, lampu *emergency*, tenda, kompor portable, matras, *pan grill*, sepatu, jaket, dan lain-lain.

Mitra juga bekerjasama dengan berbagai pihak, seperti penyedia alat *outdoor* lain, lokasi *camping*, jasa *tour guide*, dan jasa *guide* pendakian gunung yang ada di sekitar Yogyakarta. Hal ini dilakukan supaya dapat menambah jenis pelayanan kepada konsumen.



Gambar 3. Konsumen mitra

Konsumen mitra berasal dari berbagai kalangan, di antaranya pelajar, mahasiswa, komunitas pecinta alam, keluarga, instansi negeri/swasta, dan lain-lain.

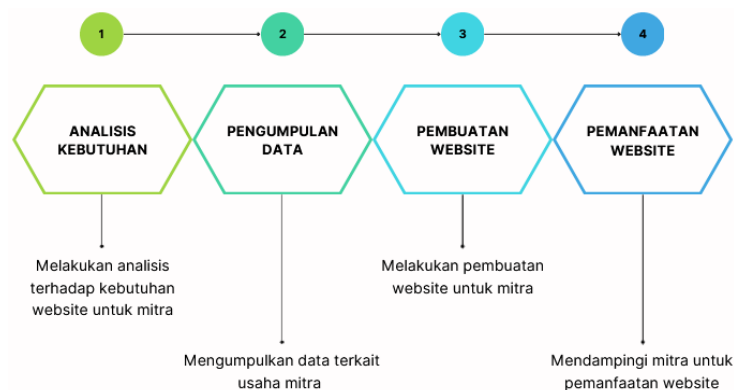
Menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2020 bahwa kendala terbesar UMKM adalah pemasaran yang mencapai 48,60%(Badan Pusat Statistik, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari pelaku UMKM di Indonesia masih mengalami kesulitan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk atau jasanya kepada khalayak yang lebih luas. Kendala ini juga sedang dihadapi oleh mitra yang mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran, khususnya secara *online*. Banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang bisnis yang sama menjadikan mitra sulit untuk menambah konsumen baru.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh UMKM terkait pemasaran produk adalah membangun *brand image* supaya dapat bersaing dengan kompetitor(Mucharomah, 2023). Upaya yang telah dilakukan oleh mitra dalam tantangan ini adalah menggunakan media sosial berupa Instagram dan Whatsapp. Akan tetapi, upaya tersebut belum berdampak maksimal untuk menambah komsumen baru. Oleh karena itu, diperlukan upaya lain untuk mendukung pemasaran *online* yang telah dilakukan oleh mitra melalui pembuatan media *e-commerce* dalam bentuk website. Diharapkan adanya website ini dapat memberi dukungan terhadap kegiatan pemasaran

online dan membangun *brand image* yang baik di tengah masyarakat terhadap produk mitra, sehingga dapat menambah konsumen baru.

METODE PELAKSANAAN

Solusi yang dapat ditawarkan kepada mitra untuk memecahkan masalah adalah pembuatan media pemasaran online berupa website. Media ini dapat memudahkan dalam berbagi informasi, interaksi dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan (Murdani et al., 2022). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan mulai tanggal 1 Desember 2023 di desa Banteng, Sinduharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Tim pengabdian masyarakat berperan sebagai pembuat website dan fasilitator yang mendampingi mitra dalam pemanfaatan website sebagai media pemasaran *online*. Metode atau tahapan pelaksanaan pengabdian ditunjukkan seperti gambar 4.



Gambar 4. Tahapan pelaksanaan pengabdian

1) Analisis kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan tahapan mengidentifikasi kebutuhan website yang dibutuhkan oleh mitra. Pada tahap ini membutuhkan kerja sama yang baik antara tim pengabdian masyarakat dengan mitra supaya menghasilkan informasi yang akurat. Hasil tahapan ini berupa spesifikasi website yang dibutuhkan oleh mitra sebagai media pemasaran *online* pada Savana *Adventure*.

2) Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan tahapan untuk memperoleh data terkait usaha mitra. Metode yang digunakan meliputi wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada mitra atau pemilik Savana *Adventure*, yaitu Fahmi Rizal Rosyadi S.Tr. Hut. Sementara itu, dokumentasi merupakan pengumpulan data yang berasal dari dokumentasi mitra, baik berupa gambar atau teks.

3) Pembuatan website

Pembuatan website merupakan tahapan pembuatan website yang dibutuhkan oleh mitra berdasarkan analisis kebutuhan. Tahapan ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat, mulai dari menyediakan domain dan hosting sampai dengan proses pembuatan website untuk media pemasaran *online*.

4) Pemanfaatan website

Pemanfaatan website merupakan tahapan terakhir dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu mendampingi mitra dalam penerapan atau penggunaan website sebagai media pemasaran *online*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis kebutuhan

Tahap analisis kebutuhan merupakan langkah yang bertujuan untuk memahami dan menentukan apa saja yang dibutuhkan agar website dapat berfungsi sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Berikut adalah penjelasan tentang tahap-tahap analisis kebutuhan dalam pembuatan website:

1) Identifikasi tujuan website

Website ini akan difokuskan untuk memperkenalkan dan memasarkan usaha persewaan peralatan *outdoor* dan *camping* kepada konsumen atau masyarakat luas. Tujuan utamanya adalah mendukung pemasaran *online* dan membangun *brand image* yang baik di tengah masyarakat, sehingga dapat menambah konsumen baru.

2) Analisis target pengguna

Target utama pengguna website adalah para pecinta alam, pendaki gunung, keluarga yang suka *camping*, dan komunitas *outdoor*. Website ini dapat memberikan kemudahan dalam mencari produk dan sewa peralatan *outdoor/camping*.

3) Identifikasi fitur dan menu

Fitur dalam website yang akan dibuat meliputi fitur pencarian produk dan integrasi dengan media sosial. Fitur pencarian produk ditujukan agar memudahkan pengguna dalam menemukan produk berdasarkan teks yang ditulis, sedangkan integrasi dengan media sosial ditujukan untuk memudahkan pengguna dalam berkomunikasi dengan mitra. Menu utama dalam website berupa katalog produk yang berisi nama produk dan spesifikasinya yang ditawarkan oleh mitra.

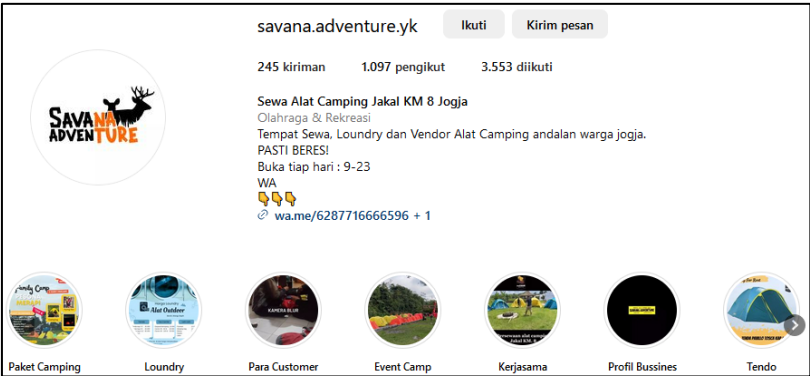
2. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah tahap yang bertujuan untuk memperoleh informasi terkait usaha mitra. Metode yang digunakan meliputi wawancara dan dokumentasi. Wawancara menghasilkan informasi terkait profil mitra, visi dan misi, produk dan layanan, strategi bisnis, serta tantangan dan masalah yang sedang dihadapi saat ini. Sementara itu, dokumentasi menghasilkan foto produk dan bukti jenis media yang digunakan oleh mitra untuk pemasaran *online*.



Gambar 5. Produk-produk yang ditawarkan oleh mitra

Savana Adventure menggunakan media sosial Instagram dan WhatsApp untuk mendukung pemasaran *online*.



Gambar 6. Instagram Savana Adventure

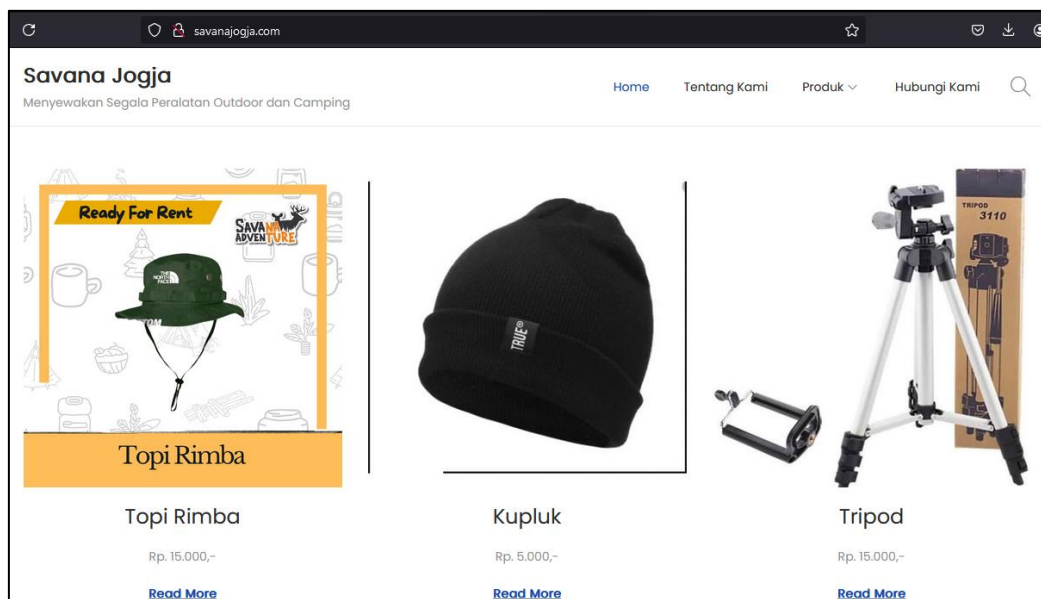
3. Pembuatan website

Pembuatan website untuk media pemasaran *online* pada mitra membutuhkan beberapa elemen yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Elemen pembuatan website untuk media pemasaran *online*

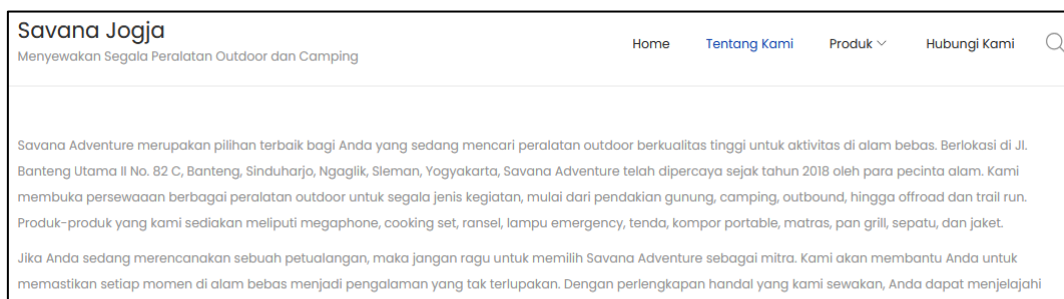
Elemen	Nama/Jenis
Domain	http://savanajogja.com/ (2 tahun)
Hosting	Shared hosting (2 tahun)
CMS (<i>Content Management System</i>)	Wordpress
Menu	Home
	Tentang Kami
	Produk
	Hubungi Kami
Fitur/Integrasi	Searching produk
	WhatsApp
	Instagram
	Google map

Hasil pembuatan website untuk mitra ditunjukkan pada gambar 7.



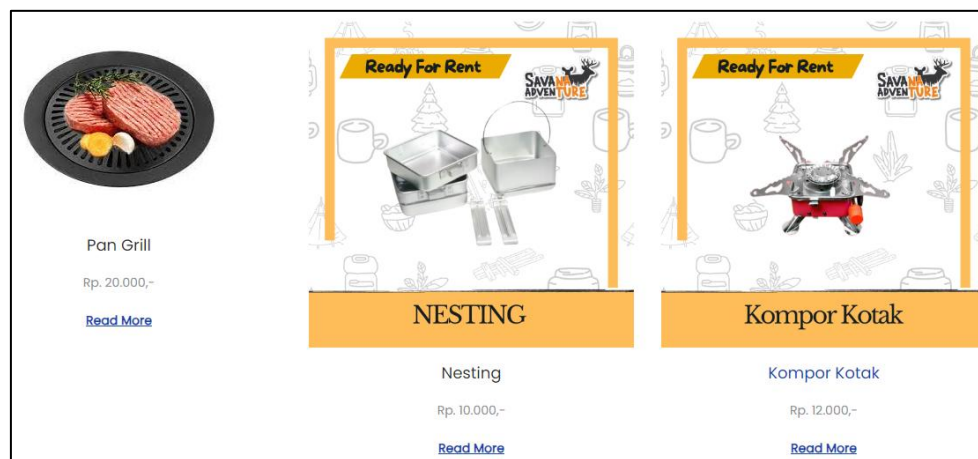
Gambar 7. Website Savana Adventure

Masing-masing menu pada website memiliki fungsi yang berbeda satu dengan yang lain. Menu Home menampilkan keseluruhan produk yang ditawarkan oleh mitra. Menu Tentang Kami menampilkan profil mitra.



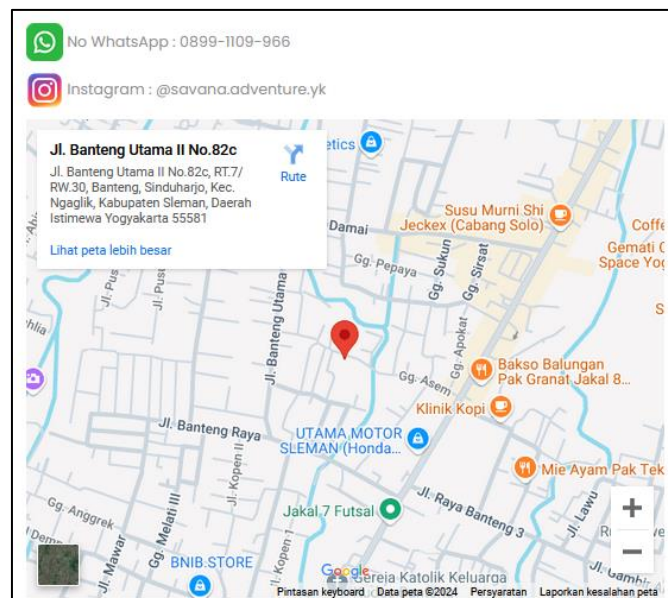
Gambar 8. Menu Tentang Kami

Menu Produk berisi 14 kategori yang dapat dipilih oleh pengguna, yaitu alat komunikasi, alat masak, jaket, jasa, matras, meja dan kursi, penerangan, power bank, sarung tangan, sepatu, tas, tenda, tongkat, dan topi. Sebagai contoh, kategori Alat Masak akan menampilkan berbagai produk alat masak.



Gambar 9. Produk-produk dalam kategori Alat Masak

Menu Hubungi Kami berisi beberapa media lain yang terintegrasi dengan website, yang meliputi Whatsapp, Instagram, dan Google map.



Gambar 10. Menu Tentang Kami

Menu Tentang Kami difungsikan untuk memudahkan pengguna menghubungi pihak mitra, baik melalui Whatsapp, Instagram, ataupun datang langsung ke lokasi dengan panduan Google map yang telah tersedia di website. Menu ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang lebih nyaman dan informatif bagi pengguna, sehingga memudahkan mereka dalam mendapatkan informasi dan layanan yang diinginkan.

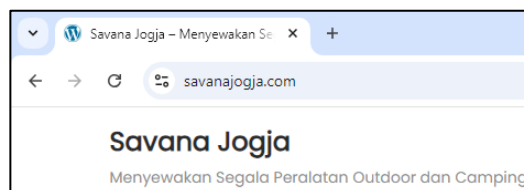
4. Pemanfaatan website

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, mulai dari analisis kebutuhan s/d pemanfaatan website sangat erat hubungannya dengan peran mitra (*Savana Adventure*) yang meliputi:

- 1) Bersedia dan menyediakan data dan informasi yang berhubungan dengan usaha mitra
- 2) Menyediakan foto produk sebagai pendukung untuk pembuatan website
- 3) Aktif mengikuti koordinasi bersama tim pelaksana pengabdian masyarakat
- 4) Menyetujui dan aktif mengikuti pendampingan pemanfaatan website yang dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat

Pengguna atau konsumen dapat menggunakan atau memanfaatkan website untuk memesan produk yang akan disewa dengan langkah-langkah berikut:

- 1) Membuka *browser* dan mengakses alamat domain <https://savanajogja.com/>



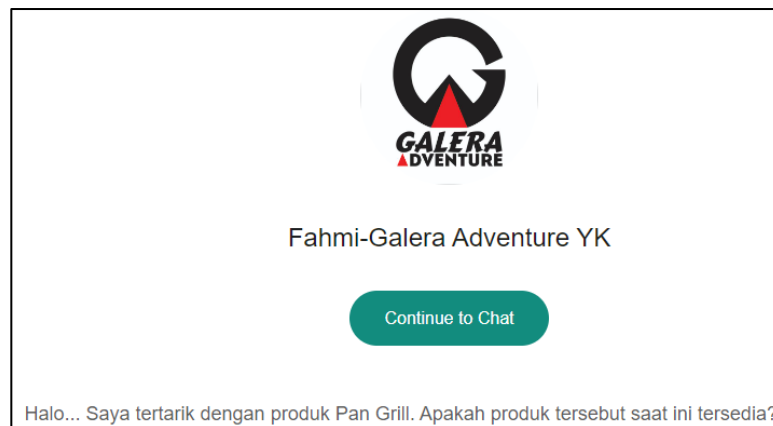
Gambar 11. Mengakses alamat domain

- 2) Memilih produk yang akan disewa pada menu Produk, misalnya Pan Grill



Gambar 12. Memilih produk yang akan disewa

- 3) Pengguna dapat mengklik icon “Order via WhatsApp” untuk menanyakan ketersediaan atau memesan produk kepada pihak mitra melalui Whatsapp



Gambar 13. Template pesan Whatsapp yang akan dikirim ke pihak mitra

- 4) Selesai

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui *gap* antara sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam bentuk pembuatan website untuk media pemasaran *online* pada Savana Adventure Yogyakarta. Evaluasi ini dilakukan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada mitra. Hasil evaluasi sebelum kegiatan pengabdian masyarakat ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil evaluasi sebelum kegiatan pengabdian masyarakat

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Seberapa baik pemahaman Anda tentang penggunaan website sebelum kegiatan pengabdian masyarakat dimulai?	Baik
2	Seberapa sering Anda menggunakan website untuk tujuan pemasaran <i>online</i> ?	Jarang
3	Apakah Anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan website dalam kegiatan pemasaran <i>online</i> ?	Kurang Memadai
4	Apa harapan utama Anda terhadap penggunaan website dalam kegiatan pengabdian masyarakat?	Tersosialisasi dengan baik

5	Seberapa yakin Anda bahwa website dapat membantu meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran <i>online</i> ?	Yakin
6	Apakah Anda pernah mengalami kendala dalam menggunakan website untuk aktivitas serupa sebelumnya?	Tidak

Hasil evaluasi setelah kegiatan pengabdian masyarakat ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil evaluasi setelah kegiatan pengabdian masyarakat

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana tingkat pemahaman Anda tentang penggunaan website setelah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat?	Baik
2	Seberapa sering Anda menggunakan website untuk tujuan pemasaran <i>online</i> ?	Jarang
3	Apakah Anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan website dalam kegiatan pemasaran <i>online</i> ?	Cukup
4	Apakah penggunaan website dalam kegiatan pengabdian masyarakat sesuai dengan harapan Anda?	Ya
5	Seberapa efektif website membantu dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran <i>online</i> ?	Cukup Efektif
6	Apakah Anda menemui kendala dalam menggunakan website selama kegiatan pengabdian masyarakat?	Tidak
7	Seberapa puas Anda dengan website yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat?	Puas
8	Apakah Anda akan betul-betul menggunakan website untuk kegiatan pemasaran <i>online</i> ?	Iya

Berdasarkan tabel 2 dan 3 di atas, maka kegiatan pengabdian masyarakat membawa dampak positif terhadap mitra yang meliputi:

- 1) Meningkatkan keterampilan mitra dalam menggunakan website untuk kegiatan pemasaran *online*

- 2) Kegiatan pendampingan penggunaan atau pemanfaatan website untuk kegiatan pemasaran *online* dapat terlaksana secara baik
- 3) Website yang dihasilkan cukup efektif membantu dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran *online*
- 4) Mitra merasa puas terhadap website yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat
- 5) Mitra akan akan menggunakan website untuk kegiatan pemasaran *online*

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Pembuatan Website Untuk Media Pemasaran *Online* Pada Savana *Adventure* Yogyakarta dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pembuatan website untuk media pemasaran *online* telah dilakukan sesuai dengan kebutuhan mitra
- 2) Mitra mampu memahami teknik pemanfaatan website untuk pemasaran *online*
- 3) Pengguna atau konsumen dapat mengakses website mitra kapan pun dan dari mana pun, karena website *online* 24 jam
- 4) Pengguna atau konsumen dapat secara mudah melihat katalog produk dan berkomunikasi dengan pihak mitra, karena website terintegrasi dengan Whatsapp, Instagram, dan Google map

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak:

- 1) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan pendanaan
- 2) Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Kepala Program Studi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah menyetujui rencana kegiatan pengabdian masyarakat
- 3) Mitra (Savana *Adventure* Yogyakarta) yang telah berpartisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

Kami menyadari bahwa hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini masih memiliki banyak kekurangan dan perlu peningkatan kualitas. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki kualitas penulisan maupun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat agar menjadi lebih baik di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha #2. *BPS RI*.
- Lase, D. (2019). Pendidikan di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sundermann*, 28–43.
- Mucharomah, N. L. (2023). *Survei: 70% UMKM Lokal di Indonesia Kesulitan Memasarkan Produk*. Daily Social. <https://dailysocial.id/post/survei-70-persen-umkm-lokal-di-indonesia-kesulitan-memasarkan-produk>
- Murdani, A. D., Aji, H. K., & Winduro, W. (2022). Penguatan Branding dan Promosi Desa Wisata Ngidam Muncar Melalui Eksistensi Website. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 2794–2809.