

# Paper Jurnal/Prosiding

*by I Putu Dody Lesmana*

---

**Submission date:** 15-May-2023 09:42AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2093238092

**File name:** 9.\_Artikel\_Jurnal.pdf (776.64K)

**Word count:** 2304

**Character count:** 14723



## PENGEMBANGAN PEMASARAN *ONLINE* KERAJINAN ANYAMAN BAMBU ANTIROGO JEMBER MELALUI MEDIA INTERNET

I Putu Dody Lesmana<sup>1</sup>, Beni Widiawan<sup>2</sup> dan Didit Rahmat Hartadi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember

Jalan Mastrip 164 Jember 68101

<sup>1</sup>dody@polije.ac.id

<sup>2</sup>beniw@polije.ac.id

<sup>3</sup>didithartadi@polije.ac.id

### ABSTRACT

*Marketing is the key to success in maintaining business continuity and competing with competitors of similar products. Jaya Makmur handicraft industry, Antirogo Village, Jember is a small to medium scale labor intensive industry that produces various forms of woven bamboo. Marketing of these industrial products is still limited in the surrounding Jember region and is traditionally marketed through shops and word-of-mouth. The application of science and technology in the implementation of community service can provide solutions to problems of expanding marketing networks through the creation of e-commerce website. Online promotion strategies carried out combined SEO, SEM, and SMO techniques. The results of page-rank measurements obtained from statscorp.com displays the SEO value of the kampungbambu.com webpage as 72%, which shows that the marketing partner's web page can be easily found by internet users through search engines.*

**Keywords:** Woven bamboo crafts, online marketing, e-commerce website, SEO, SEM, SMO

### ABSTRAK

*Pemasaran merupakan kunci utama keberhasilan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan bersaing dengan kompetitor produk sejenis. Industri kerajinan Jaya Makmur, Desa Antirogo, Jember merupakan industri padat karya skala kecil menengah dengan produk berbagai bentuk anyaman bambu. Pemasaran produk industri ini masih terbatas di wilayah Jember sekitarnya dan dipasarkan secara tradisional melalui toko dan mulut-ke-mulut. Melalui penerapan iptek pada pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat memberikan solusi permasalahan dalam perluasan jaringan pemasaran melalui pembuatan web e-commerce. Strategi promosi online yang dilakukan mengkombinasikan teknik SEO, SEM, dan SMO. Hasil pengukuran page-rank yang didapat dari statscorp.com menunjukkan nilai SEO dari laman web kampungbambu.com sebesar 72% dimana hal ini menunjukkan laman web pemasaran mitra dapat mudah ditemukan oleh pengguna internet melalui mesin pencarian.*

**Kata kunci:** Kerajinan anyaman bambu, pemasaran online, web e-commerce, SEO, SEM, SMO

### 1. PENDAHULUAN

Pemasaran *online* atau yang disebut *e-commerce* telah membuka paradigma baru dalam pemasaran dan pengenalan produk secara cepat dan efisien dibandingkan cara konvensional dengan menjual melalui toko atau gerai. Saat ini tidak ada satupun usaha yang tidak bersentuhan dengan *e-commerce* dan diprediksikan *e-commerce* saat ini telah menjadi salah satu bagian penting dalam usaha yang menempati posisi sejajar dengan bagian keuangan, produksi, atau pemasaran (Chan dkk., 2007). Kunci sukses pemasaran secara *online* terletak dari kemampuan pelaku usaha untuk menarik minat pembeli dengan sentuhan produk dan promosi yang berbeda dengan pelaku usaha lainnya dengan mencari tahu dulu apa dan bagaimana pesaing usaha menjalankan bisnisnya (Kienan, 2001). Keberhasilan dalam pemasaran secara *online* bergantung pada kedisiplinan dalam hal manajemen pemasaran, manajemen pembeli, dan manajemen produk seperti halnya dilakukan secara konvensional seperti kualitas produk, pilihan produk, ketersediaan produk, layanan purna jual, harga bersaing, pengiriman dan pembayaran produk, dan sebagainya (Srinivasan dkk., 2002).

Promosi pemasaran secara *online* memegang kunci utama dalam keberhasilan pemasaran secara *online*, karena tanpa promosi, sebaik apapun **1** *commerce* yang dihasilkan akan sulit ditemukan oleh pembeli melalui internet. Promosi *online* telah memegang peranan penting dalam penentuan peringkat akses pada mesin pencari dengan penerapan teknik SEO (*Search Engine Optimization*), SEM (*Search Engine Marketing*), dan SMO (*Social Media Optimization*) (Chaters, 2011; Ben Othman, 2010).

**1** SEO merupakan sebuah proses untuk memengaruhi tingkat keterlihatan sebuah website pada hasil dari mesin pencarian. Dengan SEO ini, Google akan menampilkan website yang diinginkan pengguna saat pengguna memasukkan kata kunci pada mesin pencari dimana hasilnya akan ditampilkan pada halaman mesin pencari. Agar website dapat tampil di halaman pertama mesin pencari maka dibutuhkan kombinasi kata kunci SEO yang unik dengan minim penggunaan dan dapat mendeskripsikan produk yang diwakili dengan baik. Untuk mendapatkan SEO yang **4** unik maka diperlukan riset kata kunci yang pantas dan tepat untuk website yang dikembangkan. SEM merupakan teknik digital marketing yang berhubungan dengan SEO, riset, submit, dan posisi dari sebuah situs web pada hasil pencarian mesin pencari untuk meningkatkan jumlah pengunjung. SEM memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan SEO. Dalam optimasi SEM dibutuhkan riset keyword, analisa kompetitif, serta posting gratis atau berbayar untuk memperoleh trafik yang tinggi. Melalui SEM akan **1** mendapatkan pengunjung yang lebih tertarget menuju website yang dikembangkan. Sedangkan SMO merupakan salah satu metode yang digunakan untuk meningkatkan trafik yang tertarget menuju website melalui aktivitas media sosial. SMO menjadi salah satu cara menarik pengunjung melalui aktivitas media sosial. SMO melibatkan media sosial, blogging, berbagi foto atau video, serta RSS feed. Media yang digunakan untuk optimasi SMO seperti Facebook, Twitter, dan Instagram sebagai sumber trafik sekaligus *backlink*.

**7** Makalah ini membahas pengembangan **7** web *e-commerce* menggunakan aplikasi open-source OpenCart (Nepali, 2013; Yilmaz, 2010) untuk membantu pemecahan permasalahan dari industri kecil kerajinan anyaman bambu “Jaya Makmur”, Desa Antirogo, Jember sebagai mitra pengabdian masyarakat dalam menjalankan usahanya agar dapat **2** bersaing dengan pelaku usaha sejenis serta dapat memperbesar lagi jaringan pemasaran yang ada. Produk kerajinan anyaman bambu Jaya Makmur bervariasi **6** ng meliputi keranjang serbaguna, tudung saji, lampu templek, tempat tisu, rantang, dan hiasan anyaman bambu. Sejak berdiri tahun 2009, industri kerajinan Jaya Makmur telah menjadi industri padat karya dengan melibatkan masyarakat Desa Antirogo Jember yang tergabung dalam Kelompok Masyarakat (PokMas) pengrajin anyaman bambu Kelurahan Antirogo sebagai mitra kerja untuk terlibat dalam produksi kerajinan tangan dari bambu ini sehingga membuka lowongan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian bagi ma**2** arakat sekitarnya. Pihak industri Jaya Makmur berperan menyediakan bahan baku bambu apus, menentukan ukuran pemotongan bambu, menentukan ketebalan irat bambu, pewarnaan irat bambu, membentuk rangka dan mengkombinasikannya dengan anyaman bermotif, dan melakukan pemasaran produk kerajinan yang dihasilkan. Sedangkan PokMas pengrajin anyaman bambu Antirogo yang berjumlah 20-30 orang bertugas melakukan pemotongan bilah bambu, membuat dan mengeringkan irat dan anyaman bambu.

**3** Pemasaran produk anyaman bambu Desa Antirogo dilakukan selama ini dipasarkan secara tradisional dengan membuka gerai dan pesanan melalui telepon. Promosi yang dilakukan terbatas melalui mulut-ke-mulut dan mengikuti pameran kewirausahaan. Namun usaha tersebut belum **2** dapat memperluas pemasaran kerajinan Jaya Makmur sehingga belum secara **3** signifikan meningkatkan pendapatan bersih yang saat ini berkisar antara 4-6 juta/bulan. Solusi untuk



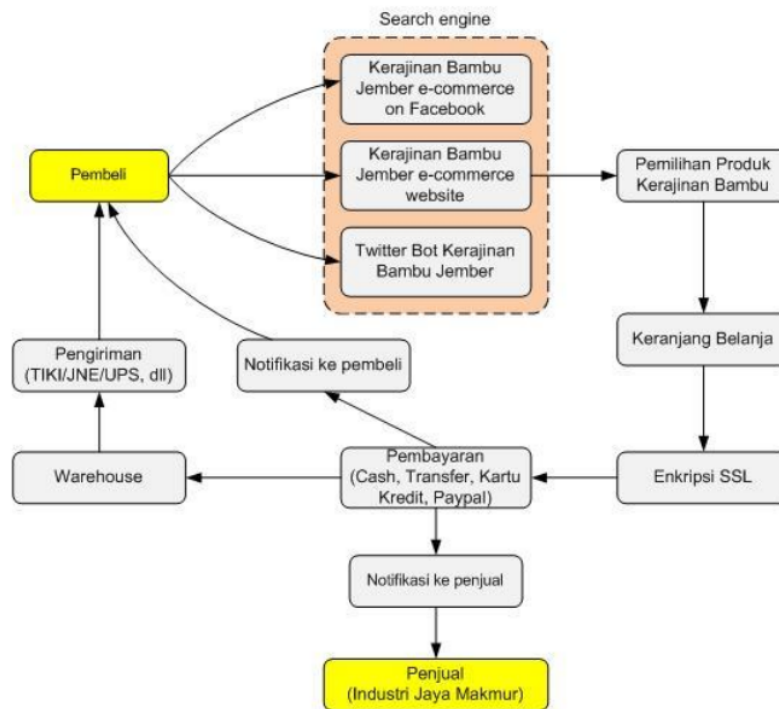
mengatasi permasalahan perluasan jaringan pemasaran industri kerajinan Jaya Makmur<sup>2</sup> melalui *e-commerce*. Usaha *e-commerce* yang sukses melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelola<sup>2</sup> produksi atau manufaktur, penjualan, layanan, kolaborasi di antara sesama bisnis (afiliasi), distribusi produk, penyebaran informasi, penyusunan komunitas. Untuk memperluas jaringan pemasaran industri kerajinan Jaya Makmur maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dikembangkan web *e-commerce* kampungbambu.com dan penerapan strategi promosi *online* dengan SEO, SMO, dan SEM untuk mempromosikan web *e-commerce* kampungbambu.com sehingga akan meningkatkan trafik kunjungan.

## 2. TARGET DAN LUARAN<sup>3</sup>

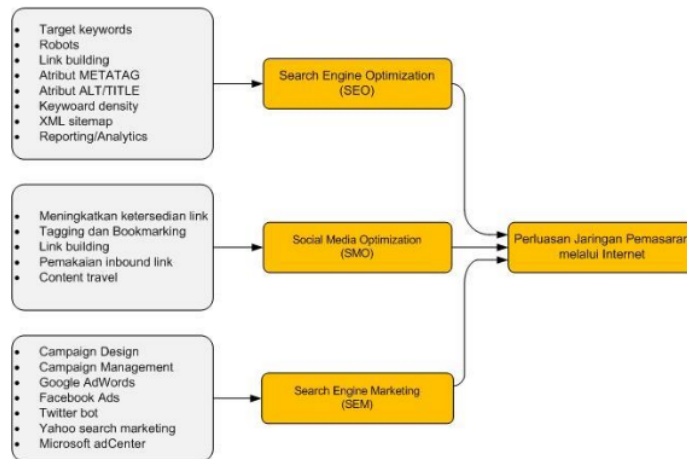
Target dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah perluasan jaringan pemasaran industri kerajinan bambu Jaya Makmur Desa Antirogo Jember dengan memanfaatkan media internet dan adanya peningkatan pendapatan dari hasil penjualan secara *online*. Sedangkan luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terbentuknya web *e-commerce* kampungbambu.com dan peningkatan trafik kunjungan pembeli ke web *e-commerce* kampungbambu.com melalui penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan menggunakan SEO, SEM, dan SMO.

## 3. METODE PELAKSANAAN

Web *e-commerce* yang telah dibuat proses bisnisnya ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 2. Gambar 1 menjelaskan alur cara kerja web *e-commerce* kerajinan anyaman bambu Desa Antirogo yang dibuat menggunakan OpenCart. Sedangkan Gambar 2 menunjukkan penerapan strategi pemasaran *online*.



Gambar 1. Alur kerja web *e-commerce* kampungbambu.com

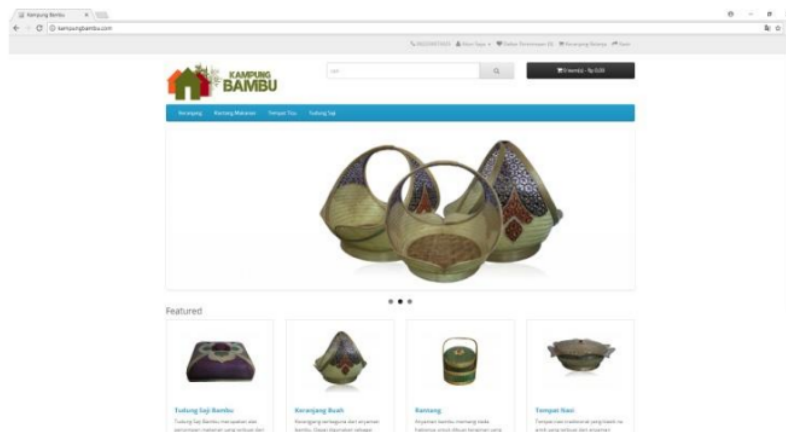


Gambar 2. Penerapan SEO, SEM, dan SMO untuk strategi promosi *online* web *e-commerce* kampungbambu.com

### Web *E-commerce* “kampungbambu.com”

Laman administrasi dari web *e-commerce* kampungbambu.com terdiri dari:

1. Penentuan kategori produk
2. Pengisian data produk  
Pengisian data produk meliputi:
  - a. *General*: nama produk, *meta-tag*, *meta-tag keywords*, deskripsi produk
  - b. *Data*: model produk, harga, pajak, minimum pemesanan, stok, pengiriman, ukuran, berat
  - c. *Links*: nama pembuat, kategori produk, kaitan produk
  - d. *Discount*: potongan khusus
  - e. *Image*: tampilan produk
3. Pengiriman Barang (*Shipping*)  
Pengiriman barang dilakukan dengan menggunakan jasa JNE dan Pandu Logistik
4. Pembayaran (*Payments*)  
Pembayaran dilakukan secara Bank Transfer untuk pembeli diluar maupun di wilayah Jember.



Gambar 3. Laman depan web *e-commerce* kampungbambu.com



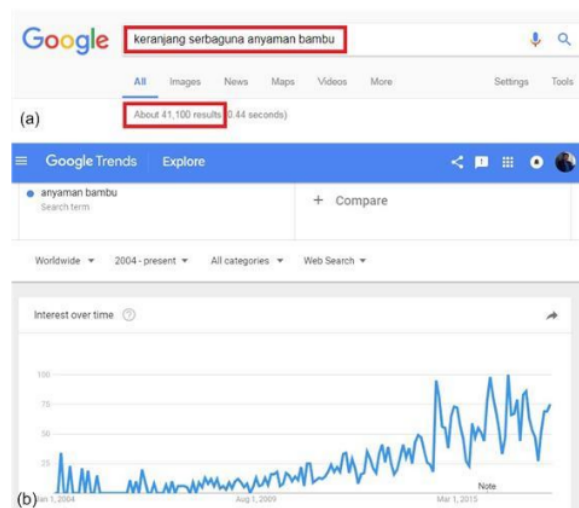
Web *e-commerce* mitra dapat diakses melalui laman URL <http://kampungbambu.com/> seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Di halaman depan web *e-commerce*, pembeli dapat melihat berbagai produk kerajinan anyaman bambu yang dijual, mengetahui detil produk, melakukan transaksi pembelian, dan menghubungi mitra.

### Penerapan SEO, SEM, dan SMO “kampungbambu.com”

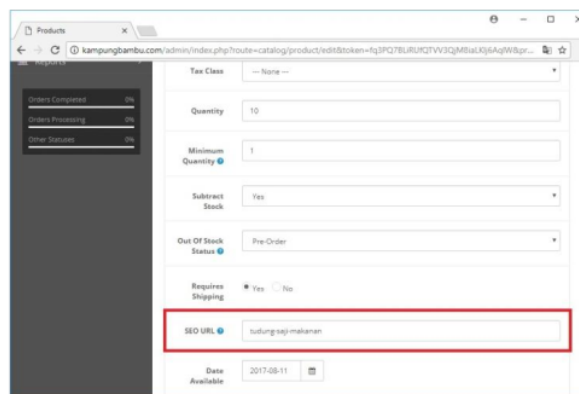
Strategi promosi *online* bagi perluasan jaringan pemasaran industri kerajinan bambu Antirogo dilakukan sebagai berikut:

#### Penerapan SEO

Untuk memilih kata kunci SEO yang tepat dilakukan dengan: a) memilih kata kunci yang memiliki paling sedikit pemakai di mesin pencari, b) memilih target pembeli seperti ditunjukkan Gambar 4(a) dan 4(b).



Gambar 4. Pemilihan kata kunci SEO a) pencarian kata unik melalui mesin pencari Google, b) tren penggunaan kata kunci melalui Google Trends

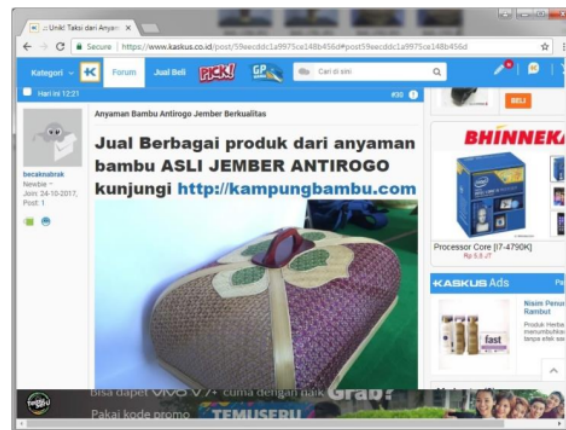


Gambar 5. Pengisian kata kunci SEO pada laman data produk OpenCart

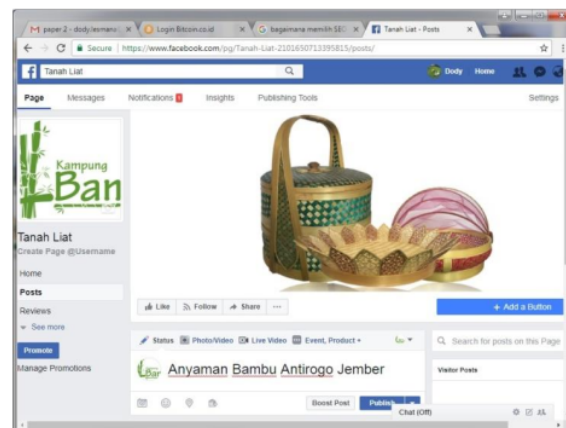
Kata kunci SEO yang dipilih dari Gambar 4, kemudian dimasukkan ke isian SEO pada setiap produk yang dijual seperti ditunjukkan Gambar 5. Data setiap produk juga harus dilengkapi dengan isian meta-tag yang mewakili deskripsi dari produk. Dengan adanya SEO ini memudahkan mesin pencari untuk mengindeks web *e-commerce* kampungbambu.com sesuai kata kunci yang dicari pembeli melalui laman mesin pencari.

### Penerapan SEM

Penerapan SEM tidak selalu dilakukan dengan membayar pemasangan iklan seperti pada afiliasi Facebook atau YouTube, tetapi dapat juga dengan menempel komentar, produk, atau promosi yang berkaitan dengan kerajinan anyaman bambu Desa Antirogo Jember pada website yang memiliki page rank tinggi atau website yang ramai dikunjungi pembeli seperti kaskus.co.id, bekas.com Hal ini secara otomatis akan meningkatkan page rank dari web *e-commerce* kampungbambu.com. Implementasi SEM untuk promosi kampungbambu.com ditunjukkan Gambar 6.



Gambar 6. Penerapan SEM untuk promosi kerajinan bambu Antirogo Jember melalui forum kaskus.co.id



Gambar 7. Penerapan SMO untuk promosi kerajinan bambu Antirogo Jember melalui Facebook



### Penerapan SMO

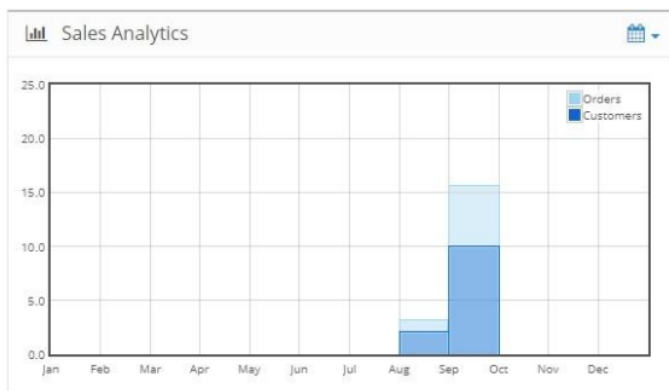
SMO merupakan teknik promosi *online* kerajinan anyaman bambu Desa Antirogo Jember untuk meningkatkan trafik kunjungan ke web *e-commerce* kampungbambu.com dengan memanfaatkan indeks dari mesin pencarian terhadap komentar atau posting dari website sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya seperti ditunjukkan Gambar 7.

### 4. ANALISA HASIL

Sesuai dengan target capaian kegiatan pengabdian ini maka didapatkan:

#### Analisa Pelanggan dan Jumlah Pesanan

Sejak dibukanya web *e-commerce* kampungbambu.com telah membantu industri kerajinan bambu Jaya Makmur untuk memperluas pemasaran produknya ke berbagai wilayah Indonesia. Sejak Agustus 2017 sampai dengan Oktober 2017 jumlah pelanggan dari kampungbambu.com telah mencapai 10 orang dimana hal ini meningkatkan pendapatan dari *e-commerce* dari 3 juta selama Agustus 2017 menjadi 16 juta selama Oktober 2017 seperti ditunjukkan Gambar 8. Hal ini menunjukkan perluasan jaringan pemasaran industri kerajinan bambu Jaya Makmur melalui *e-commerce* telah memberikan nilai tambah bagi tumbuhnya pendapatan mitra secara bertahap.



Gambar 8. Statistik jumlah pelanggan dan jumlah pesanan selama bulan Agustus-Oktober 2017 dari kampungbambu.com

#### Analisa Dampak Promosi *Online*

Berdasarkan statistik SEO StatsCorp.com, laman web kampungbambu.com telah banyak dikunjungi oleh pemakai internet, hal ini disebabkan laman web ini mudah ditemukan oleh setiap pengunjung media internet yang mencari informasi tentang berbagai produk anyaman bambu dengan menggunakan kata kunci sesuai dengan produk yang ditawarkan maupun dengan kata kunci anyaman bambu saja. Dari hasil pengukuran *page-rank* StatsCorp.com seperti ditunjukkan Gambar 9 didapatkan nilai SEO dari laman web kampungbambu.com sebesar 72%, ini menunjukkan laman website pemasaran ini mudah ditemukan oleh masyarakat pengguna internet.

Peningkatan penjualan produk dari web *e-commerce* mempengaruhi jumlah produk anyaman bambu yang diproduksi oleh mitra. Terhitung Agustus 2017 sampai Oktober 2017, jumlah pesanan produk yang dikerjakan oleh PokMas pengrajin anyaman bambu Kelurahan Antirogo mengalami banyak peningkatan seiring meningkatnya jumlah pesanan pada web *e-commerce* kampungbambu.com.





Gambar 9. Pengukuran SEO kampunbambu.com

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pembuatan web *e-commerce* kampunbambu.com bagi pemasaran secara *online* melalui Internet bagi industri kerajinan bambu Jaya Makmur Desa Antirogo Jember telah meningkatkan jumlah pendapatan dari penjualan produk secara *online* dari 3 juta sampai dengan 16 juta selama bulan Agustus dan Oktober 2017. Strategi promosi *online* menggunakan SEO, SEM, dan SOM telah berhasil menaikkan jumlah pelanggan kampunbambu.com dari 2 pelanggan selama bulan Agustus 2017 menjadi 10 pelanggan dalam bulan Oktober 2017.

Strategi promosi *online* harus terus menerus dilakukan sehingga pembeli mudah menemukan web *e-commerce* kampunbambu.com dan meningkatkan nilai SEO sehingga page-rank di mesin pencarian tetap berada di halaman pertama.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada DRPM Kemristekdikti yang telah mendanai pelaksanaan penerapan iptek bagi masyarakat ini sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Ipteks bagi Masyarakat (IbM) Nomor. 353/PL17.4/PM/2017. Selanjutnya penulis menyampaikan terimakasih kepada mitra IbM, yaitu industri kerajinan bambu Jaya Makmur dan Kelompok Masyarakat Desa Antirogo, Jember atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini dengan baik.

## REFERENSI

- Ben Othman, A. (2010). *Internet Marketing, SEM/SEO/SMO*.
- Chan, H., Lee, R., Dillon, T., & Chang, E. (2007). *E-commerce, fundamentals and applications*. John Wiley & Sons.
- Charters, B. (2011). *Mastering Search Analytics: Measuring SEO, SEM and Site Search*. "O'Reilly Media, Inc."
- Kienan, B. (2001). *E-commerce untuk Perusahaan Kecil*. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia-Jakarta.
- Nepali, R. (2013). *Getting Started with OpenCart Module Development*. Packt Publishing Ltd.
- Srinivasan, S. S., Anderson, R., & Ponnayalu, K. (2002). Customer loyalty in *e-commerce*: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of retailing*, 78(1), 41-50.
- Yilmaz, M. (2010). *Opencart 1.4: Beginner's Guide*. Packt Publishing Ltd.

# Paper Jurnal/Prosiding

---

## ORIGINALITY REPORT

---

20%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://www.hercodigital.id">www.hercodigital.id</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://prosiding.unipma.ac.id">prosiding.unipma.ac.id</a> Internet Source	4%
3	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	3%
4	<a href="http://riki-abdillah.blogspot.com">riki-abdillah.blogspot.com</a> Internet Source	3%
5	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	3%
6	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	2%
7	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	2%

---

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 2%

