

## OPTIMALISASI *PLATFORM ONLINE INTERNET MARKETING* UNTUK SME LITTLE ROSE BANDUNG

Budi Harto<sup>1)</sup>, Rita Komalasari<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Politeknik LP3I Bandung  
email: budiharto@plb.ac.id

<sup>2</sup> Politeknik LP3I Bandung  
email: ritakomalasari@plb.ac.id

### *Abstract*

*Almost everyone now has been searching for anything through internet search engines such as Google, e-commerce sites / buying and selling sites, and social media. This online internet marketing program can be started by SMEs easily, several ways that can be applied are by making Google My Business, Google Website, E-Commerce Shopee, and Social media such as Facebook and Instagram. Little Rose as an Indonesian SME that manufactures various kinds of fabric crafts made from fabric makes it has a lot of opportunities to become a marketable product, unfortunately the lack of marketing activities makes it still not widely known. Little Rose needs a new market in order to increase revenue, expand businesses, and create new jobs. After this training, the Little Rose team can still be given further training on the platforms that have been provided. In the future if there is already a budget for marketing, it would be better to create a website with a better appearance, e-commerce sites can be upgraded to become paid if there are already many products, and use social media ads to advertise Little Rose even further*

**Keywords:** *Internet Marketing, Online Marketing, SME*

### 1. PENDAHULUAN

Sebanyak kurang lebih 171 juta orang di Indonesia merupakan pengguna *internet*, fakta ini membuat Indonesia menjadi negara terbesar ke tiga pengguna *internet* se-Asia. Data hasil studi yang dikumpulkan oleh *Polling* Indonesia bersama Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) ini juga menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen di tahun 2019 (Yudha P. Kompas 2019). Dibanding dengan data yang didapatkan di tahun 2017 yang ada di angka 136 juta orang. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah berkeinginan untuk mengakses informasi dengan mudah melalui *Internet*. *Internet* sendiri dipergunakan untuk berbagai hal, seperti mencari informasi, berbagi data, bekerja, sampai mengiklankan sesuatu yang ingin kita jual.

Hampir semua orang sekarang sudah mencari apapun melalui mesin pencari *internet* seperti *Google*, mesin pencari *online* ini sekarang sudah menguasai 97% pasar

mesin pencari di Indonesia. *Google* diminati karena selain tampilannya yang sederhana, hasil pencariannya cepat dan akurat, *Google* juga menyediakan hasil pencarian berbayar yang menampilkan situs *web* hasil beriklan yang sesuai dengan kata kunci pencarian kita, hal ini dapat menambah keakuratan hasil pencarian kita. Selain untuk mencari, *Google* juga dapat digunakan untuk memuat produk atau tempat yang dimiliki dengan mendaftarkannya di *Google My Business*. Di sana situs tersebut dapat memuat alamat lengkap di mana tempat usaha berada, mencantumkan nomor telepon, foto produk, dan hal lainnya yang akan mempermudah orang dalam mencari produk kita.

Di internet juga dapat melakukan kegiatan jual-beli di berbagai situs, dari sosial media sampai situs *e-commerce* jual-beli. Terbukti dengan data yang dikeluarkan oleh Firma Konsultan Manajemen *McKinsey & Company* yang menyatakan Indonesia saat ini merupakan pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara dengan kontribusi hingga 50 persen dari seluruh transaksi.

Di media sosial juga sama, data yang dirilis oleh *Facebook* sendiri menyatakan bahwa saat ini ada 93 juta pengguna *Facebook* dan 56 juta pengguna *Instagram* di Indonesia. Banyaknya jumlah pengguna mesin pencari seperti *Google*, situs *e-commerce* dan sosial media seperti ini bisa dijadikan peluang pemasaran yang baik untuk memasarkan produk yang kita inginkan. Dengan strategi pemasaran yang terencana, konten yang berkualitas dan penggunaan *platform* yang tepat, produk kita dapat dikenal oleh banyak orang dan mendapatkan keuntungan yang besar.

Peluang pemasaran di internet ini dapat digunakan oleh para UMKM di Indonesia. Salah satu masalah yang ditemukan dan mereka hadapi saat ini adalah kurang optimalnya penggunaan Internet untuk kegiatan pemasaran produk mereka.

Salah satu UMKM yang menjadi perhatian adalah Little Rose, usaha yang didirikan oleh Wiwin Winarsih di tahun 2014 ini merupakan usaha yang berada di bidang kerajinan tangan. Little Rose memproduksi bunga-bunga artifisial berbahan kain. Berangkat dari banyaknya sampah kain dan maraknya penjual bunga hidup di sekitar kampus UPI (Universitas Pendidikan Indonesia) tempat di mana Wiwin tinggal, bunga-bunga untuk acara wisuda itu selalu berakhir di tempat sampah karena masa hidup bunga yang hanya segar 2-7 hari saja. Setelah dipakai, bunga-bunga tersebut langsung dibuang, padahal harga satuan bunga tersebut cukup mahal. Little Rose ingin menyediakan souvenir yang bisa bertahan lama dan memiliki nilai jual lebih.

Bunga yang Little Rose produksi ternyata mendapat sambutan yang baik dari mahasiswa yang membutuhkan bunga untuk cinderamata wisuda, selain hasilnya yang rapi, warna-warna kain yang dibentuk menjadi bunga terlihat sangat cantik. Setelah merambah pasar wisuda Mahasiswa, Little Rose juga menerima jasa untuk pembuatan bunga berbahan kain untuk kebutuhan hiasan interior rumah.

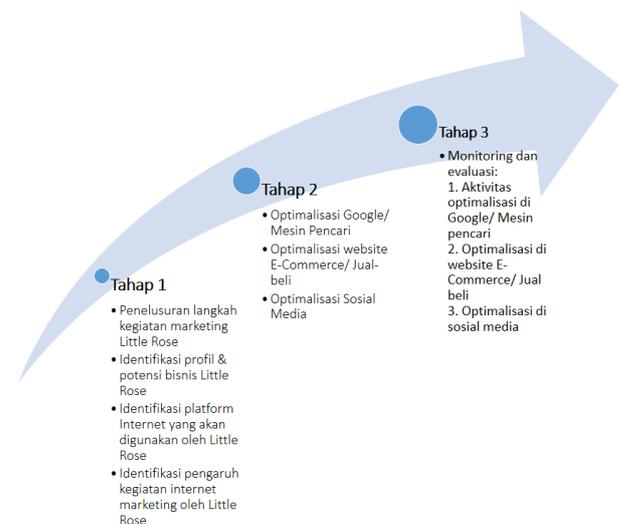
Keunikan Little Rose membuatnya memiliki peluang yang sangat banyak untuk menjadi produk yang laku di pasaran,

sayangnya kegiatan pemasaran yang kurang membuatnya masih belum dikenal dengan luas. Little Rose memerlukan pasar yang baru agar dapat menambah pendapatan, memperbesar usaha, dan menciptakan lapangan kerja yang baru.

Dari pemaparan dan permasalahan Little Rose di atas, maka solusi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan optimalisasi pemasaran via *internet* dengan penggunaan *Google*, pemanfaatan situs jual-beli, sampai penggunaan sosial media dengan harapan Little Rose bisa lebih dikenal lebih luas dan mendapatkan pendapatan yang lebih untuk memperbesar usaha dan menciptakan lapangan kerja yang baru.

## 2. METODE

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melalui diskusi, menggali informasi dan membuat skema tahapan implementasi kegiatan *marketing* secara *online*.



**Gambar 1.** Metode Penelitian

Di tahap pertama, dilakukan penelusuran dengan wawancara kepada Little Rose, langkah apa saja yang sudah dilakukan dalam kegiatan marketing selama ini baik secara offline maupun *online*. Kemudian dilihat profil usaha dan potensi bisnis dari produk Little Rose. Lalu dilakukan identifikasi pengaruh yang akan terjadi apabila Little Rose melakukan optimalisasi pemasaran melalui media internet.

Di tahap kedua, disusun *platform* mana saja yang akan digunakan oleh Little Rose untuk kegiatan optimalisasi pemasaran ini, lalu dibuatlah semua *platform* yang diperlukan dan dilakukan tahap optimalisasi. Tahap terakhir merupakan tahap evaluasi, di mana dilakukan monitoring aktivitas optimalisasi apakah berjalan atau tidak.

### 3. HASIL & PEMBAHASAN

Semua proses pembuatan *platform* yang diperlukan dan pengenalan kepada Little Rose dilakukan selama bulan Juli 2019. Hampir semua *platform* yang digunakan belum dimiliki oleh Little Rose, sehingga *platform* dibuat dari awal.

Berikut pemaparan hasil dari kegiatan optimalisasi internet marketing untuk Little Rose

#### Optimalisasi *Platform Google*

*Google* adalah *platform* yang orang tuju pertama kali saat ingin mencari sesuatu di *Internet*. Maka dari itu, akan sangat bagus apabila usaha atau bisnis kita terdaftar di *Google*. Di dalam mesin pencari yang paling terkenal ini terdapat 3 (tiga) jenis media yang digunakan untuk optimalisasi *marketing* Little Rose:

#### *Google Business*

*Google Business* adalah sebuah *platform* dari *Google* yang menyediakan daftar berbagai macam tempat yang ada di dunia. Dengan mendaftarkan usaha/ bisnis kita di *Google Business*, saat orang mencari kata kunci contohnya “Little Rose Bandung” di kolom pencarian, halaman *Google Business* kita akan muncul di halaman pertama pencarian, memuat alamat lengkap, nomor yang dapat dihubungi, jam operasional, bahkan arah untuk ke titik lokasi tempat usaha/ bisnis kita berada.

Langkah yang pertama kali dilakukan saat pembuatan halaman *Google Business* untuk Little Rose adalah pengumpulan data pribadi yang dimiliki oleh Little Rose, penentuan alamat usaha, pencatatan informasi usaha, dan kebutuhan pendaftaran, dalam hal ini alamat email *Gmail* dan nomor telepon yang aktif untuk verifikasi.

Untuk mempermudah Ibu Wiwin untuk mengakses akun *Google* bisnisnya, *email* dan nomor telepon yang digunakan untuk pendaftaran memakai yang sekarang sudah dimiliki dan biasa dipakai oleh beliau. Pendaftaran dilakukan di *website* *business.google.com*, kemudian memasukan semua informasi yang telah didapat dari Little Rose, terakhir melakukan proses verifikasi bahwa pendaftaran yang dilakukan merupakan pendaftaran yang resmi dengan cara verifikasi kode *OTP (One Time Passcode)* melalui telepon.

Tak menunggu lama akun *Google Business* Little Rose pun sudah jadi dan sudah bisa di cari di mesin pencarian *Google*:



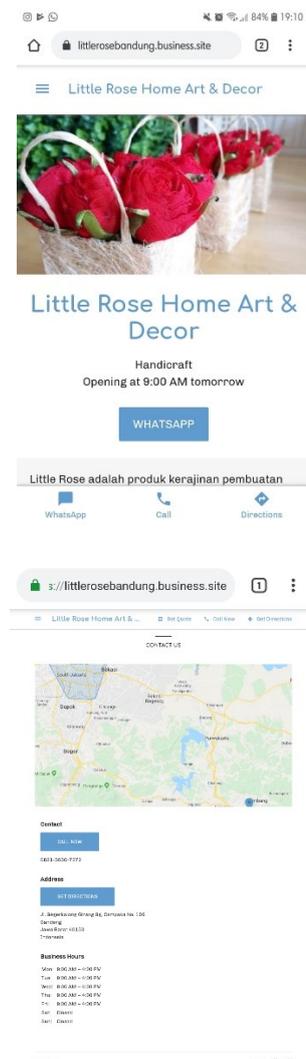
**Gambar 2.** Tampilan halaman *Google Bisnis* Little Rose Bandung

Sesuai dengan tampilan di atas, semua gambar yang memuat informasi bisa di klik dan akan melakukan perintah sesuai dengan gambarnya, contohnya gambar ikon “*Call*” ketika di klik akan langsung menelepon nomor Little Rose, ketika di klik “*Directions*” akan menampilkan tampilan peta *Google* dan menunjukkan arah jalan menuju ke Little Rose, semua yang bisa dimuat informasi dicantumkan agar orang yang mencari Little Rose di *Google* mendapatkan informasi yang lengkap dan mudah untuk menghubungi Little Rose.

Di dalam *Google Business* ini, Little Rose tak hanya bisa memperbaharui informasi standar saja, namun bisa juga memposting pembaruan seputar Little Rose seperti di sosial media, misal sedang ada promo, atau penawaran khusus.

### Google Website

Tak hanya *Google Business*, *Google* juga menyediakan pembuatan website sederhana yang bisa dibuat secara gratis setelah kita membuat halaman *Google Business*. Caranya pun mudah, saat selesai membuat *Google Business*, kita akan ditawarkan untuk sekalian membuat website sederhana yang memuat informasi dan foto yang kita upload tadi untuk dimuat di website, setelah di klik “ya”, maka jadilah website sederhana yang bisa kita atur agar sesuai kebutuhan kita:



Gambar 3. Website *Google* Little Rose

Website menjadi salah satu hal yang penting dalam kegiatan optimalisasi *internet marketing* ini. Untuk sebuah usaha/ bisnis, mempunyai *website* bisa menaikkan tingkat kepercayaan orang yang ingin mencoba jasa atau membeli produk. *Website* bisa dibuat untuk memuat semua produk yang ingin kita pasarkan, memuat promo yang sedang berjalan, dan memuat informasi lainnya yang diperlukan untuk mempromosikan usaha.

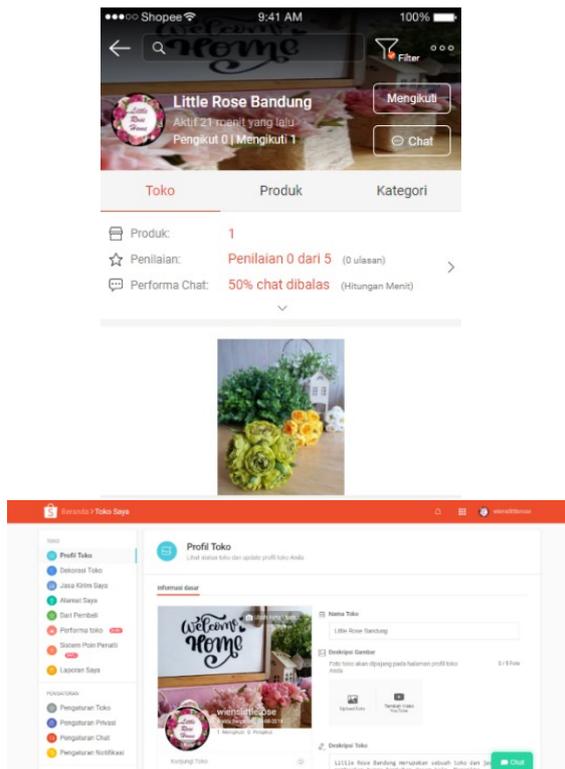
Alamat *website* yang digunakan oleh Little Rose adalah [littlerosebandung.business.site](http://littlerosebandung.business.site), awalan domain [littlerosebandung](http://littlerosebandung) dipilih karena selain memang berada di Kota Bandung, hal ini untuk mempermudah orang saat mengingat dan ingin melihat *web* Little Rose. Website yang dibuat di sini pun bersifat *responsive*, atau bisa menyesuaikan tampilannya sendiri jika diakses oleh berbagai perangkat (perangkat seluler/ komputer).

### Optimalisasi Website E-Commerce/ Jual-beli

Selain untuk pemesanan, Little Rose juga menjual beberapa produk bunga kain yang sudah jadi dan siap jual. Selama ini untuk pemasarannya hanya via mulut ke mulut atau sekedar di sosial media saja, untuk produk yang sudah jadi dan selalu tersedia stok nya padahal bisa menjadi peluang bisnis tersendiri.

Produk-produk yang *ready stok* bisa dipasarkan di situs *e-commerce/ jual beli* agar calon customer dan customer dapat lebih mudah saat ingin membeli produk Little Rose. Dalam pembuatannya, dipilih situs *e-commerce* Shopee.

Shopee dipilih karena selain berada di salah satu peringkat teratas situs *e-commerce* di Indonesia yang paling banyak dikunjungi dan dipakai. Shopee juga menyediakan banyak promo-promo menarik untuk *customer* yang dapat menjadi nilai jual tersendiri untuk si penjual.



**Gambar 4.** Tampilan Toko Online Little Rose di *e-commerce* Shopee

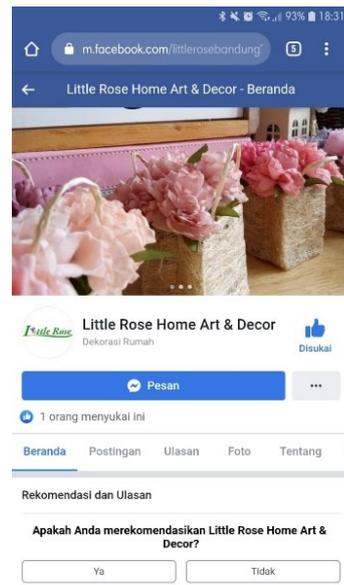
### Optimalisasi Sosial Media

Selain optimalisasi internet marketing untuk Little Rose dilakukan di *Google* dan situs *e-commerce*, optimalisasi juga dilakukan di sosial media. Platform sosial media yang digunakan adalah *Facebook & Instagram*.

Dua platform ini dipilih karena keduanya merupakan platform sosial media yang paling banyak digunakan di Indonesia.

### Facebook

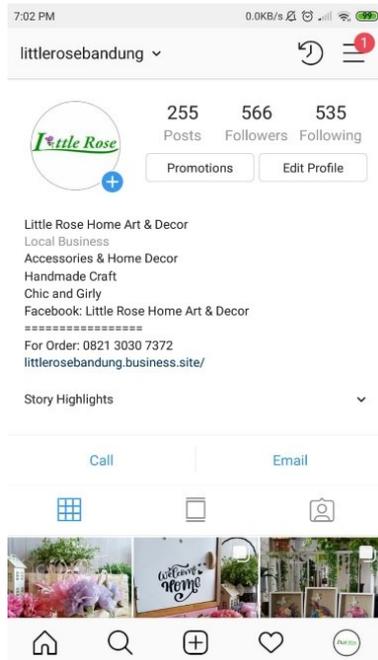
Jenis halaman sosial media *Facebook* yang dipilih adalah *Facebook Page*, jenis ini dirancang khusus untuk mempromosikan bisnis, fiturnya yang lengkap selain bisa memposting konten dan berinteraksi dengan pengikut, akun tipe ini bisa memperlihatkan *insight* atau laporan hasil dari postingan dan interaksi dengan pengikut sehingga bisa dipantau setiap saat konten apa yang menarik untuk disajikan kepada pengikut sosial media Little Rose



**Gambar 5.** Halaman *Facebook Page* Little Rose

### Instagram

Setelah selesai membuat *Facebook Page*, dilanjutkan dengan membuat akun *Instagram Business*, fitur dari *Instagram Business* ini sama seperti *Facebook Page*, memungkinkan kita melihat *insight* atau laporan hasil dari postingan dan interaksi dengan pengikut *Instagram*. Akun ini langsung di hubungkan dengan akun *Facebook* yang sudah dibuat agar memudahkan ketika admin Little Rose akan post di *Instagram*, semua konten yang di post bisa sekaligus terposting di *Facebook* juga. Konten pertama yang di unggah ke sosial media nya sama seperti *website*, yaitu mengenai profil Little Rose.



Gambar 6. Halaman Instagram Little Rose

Selain membuat dan mengoptimalkan *platform internet/ online* yang diperlukan. Little Rose juga diberikan beberapa tips untuk mengelola akun-akun yang telah dibuat, seperti pengambilan foto produk yang baik, beberapa aplikasi pengolah foto sederhana untuk di telepon seluler, *copywriting* yang menarik untuk menulis keterangan produk, dan memberikan beberapa referensi *website* dan akun sosial media yang bisa dijadikan contoh.



Gambar 7. Bersama pemilik dari Little Rose

Semua kegiatan pembuatan *platform online* untuk optimalisasi kegiatan marketing Little Rose telah berjalan dengan lancar. Selain hal yang telah diberikan di atas, di akhir sesi penulis memberikan *e-book* atau buku digital panduan tentang bagaimana cara

menggunakan semua *platform online* yang akan digunakan oleh Little Rose dalam melakukan kegiatan *online marketing*.

#### 4. KESIMPULAN

Setelah seluruh kegiatan selesai dilakukan, Little Rose sudah merasa terbantu dengan diberikannya *channel-channel* baru dalam pemasaran ini. Namun tim Little Rose masih bisa diberikan pelatihan lebih lanjut lagi mengenai *platform* yang sudah diberikan. Kedepannya apabila sudah ada *budget* untuk marketing, akan lebih baik apabila membuat *website* dengan tampilan yang lebih baik, situs *e commerce* dapat diupgrade menjadi yang berbayar jika ternyata produk sudah banyak, dan memakai *social media ads* untuk mengiklankan Little Rose lebih jauh lagi.

#### 5. REFERENSI

- Pratomo, Y. 2019 APJII Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta, [teknokompas.com](http://teknokompas.com)
- Hootsuite Team. 2019 Global Digital Statshot. Hootsuite Inc.
- Consumer Barometer Team, 2018 *Internet and Social Media Survey*, Consumer Barometer.
- Mudassir, R. 2019. Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia, Indonesia di Urutan Berapa?, [bisnis.com](http://bisnis.com)
- Kusnandar, V.B. 2019 Indonesia Pengguna Internet Terbesar Ketiga di Asia, [katadata.co.id](http://katadata.co.id)
- Tribun News Team, 2019 Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Membangun Customer Experience Berkualitas, [tribunnews.com](http://tribunnews.com)
- Amanda, G. 2019. Pengguna Internet Naik 27 Juta Tiap Tahun [republika.co.id](http://republika.co.id)