

BETAWI FOOD MARKETING STRATEGY USING A WEBSITE AS AN ADVERTISING MEDIA

Dwi Mandasari Rahayu^{1*}, Leo Anggoro Putra ²

¹Politeknik Negeri Media Kreatif

²Politeknik Negeri Media Kreatif

E-mail: mandasari@polimedia.ac.id.

ABSTRACT

The increase in internet usage is currently getting higher accompanied by more and more people using websites. Websites can be used to provide information on a product so that the product can be advertised to the public. In addition, the influence of website users for buying and selling transactions is also increasingly being used, making it easier for people to make shopping transactions online. The online shopping method is currently more in demand by the public. It is easier for people to understand the products offered and save time on shopping transactions. The problems in this research are people who do not understand Betawi special food, and Betawi food SMEs who have not used a website to market their products. Business owners still use conventional methods to sell Betawi food products. The purpose of this research is to introduce Betawi food to the public with a wide market share, easily accessible and as a means for Betawi food SMEs to advertise their products. This study uses a qualitative method. Data collection used by using interviews, questionnaires and literature study. The results of this study indicate that there has been an increase in the use of websites to advertise Betawi food products. Thus influencing people's understanding of Betawi food products and increasing marketing. So it can be concluded that with the current website, people are becoming more interested in buying Betawi food products and MSMEs selling Betawi food have experienced an increase in product sales.

Keywords: Marketing, Website, Betawi Food, Advertising.

STRATEGI MEMASARKAN MAKANAN BETAWI MENGUNAKAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN

ABSTRAK

Peningkatan penggunaan internet saat ini semakin tinggi disertai dengan semakin maraknya masyarakat menggunakan *website*. *Website* dapat digunakan untuk memberikan informasi suatu produk sehingga produk dapat diiklankan kepada masyarakat. Selain itu pengaruh pengguna *website* untuk transaksi jual beli juga semakin banyak digunakan sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi belanja dengan cara *online*. Metode belanja dengan cara *online* saat ini lebih banyak diminati oleh masyarakat. Masyarakat lebih mudah memahami produk yang ditawarkan dan menghemat waktu transaksi belanja. Permasalahan pada penelitian ini yaitu masyarakat yang kurang memahami makan khas betawi, dan UMKM makanan Betawi yang belum menggunakan *website* untuk memasarkan produknya. Para pemilik usaha masih menggunakan cara konvensional untuk menjual produk makanan Betawi. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk memperkenalkan makanan Betawi kepada masyarakat dengan pangsa pasar yang luas, mudah diakses serta sebagai sarana bagi UMKM makanan Betawi untuk mengiklankan produknya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan menggunakan wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini bahwa terjadi peningkatan penggunaan *website* untuk mengiklankan produk makanan Betawi. Dengan demikian mempengaruhi pemahaman masyarakat tentang produk makanan Betawi dan meningkatkan pemasaran. Maka dapat disimpulkan dengan adanya *website* saat ini masyarakat menjadi lebih tertarik untuk membeli produk makanan Betawi serta UMKM yang menjual makanan Betawi mengalami peningkatan dalam segi penjualan produk

Kata Kunci: Pemasaran, *Website*, Makanan Betawi, Periklanan.

PENDAHULUAN

Peningkatan Penggunaan internet di Indonesia digunakan masyarakat untuk mencari informasi, berkomunikasi, serta dimanfaatkan juga untuk kegiatan ekonomi. Transaksi jual beli yang awalnya dilakukan oleh penjual dan pembeli secara bertatap muka, namun saat ini mengalami perubahan. Proses jual-beli saat ini dapat dilakukan dengan bantuan jaringan elektronik, yang disebut *E-Commerce*. Kehadiran *E-Commerce* sangat memudahkan masyarakat saat melakukan transaksi jual beli produk. Kondisi saat ini menguntungkan pemilik usaha untuk memperluas jangkauan pasarnya. Penyebaran informasi suatu produk dapat dilakukan secara lebih cepat dan mudah diakses. Hal ini sangat memudahkan aktivitas masyarakat.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% dibandingkan pada 2018 lalu.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM makanan Betawi bahwa proses jual beli produk makanan Betawi yang dilakukan selama ini masih secara konvensional atau dengan dengan tatap muka. Informasi produk yang tersampaikan masih dari mulut ke mulut (*word of mouth*), selain itu penggunaan sosial media seperti *facebook* dan *instagram* belum secara optimal. Sebagai contoh produk makanan Betawi yang diposting di media sosial terhalang

oleh postingan yang lain, sehingga kurang efektif saat memberikan informasi produk.

Oleh karena itu pentingnya melakukan penelitian ini yaitu untuk memperkenalkan makanan Betawi ke masyarakat luas agar dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk makanan Betawi, meningkatkan pemasaran makanan Betawi, serta mengembangkan usaha UMKM Makanan Betawi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan *website* sebagai media pemasaran makanan Betawi. *Website* tersebut dapat digunakan untuk mempromosikan dan mengiklankan produk makanan Betawi. Sehingga masyarakat mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait produk makanan Betawi.

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk memperkenalkan makanan Betawi dengan pangsa pasar yang luas, mudah diakses serta sebagai sarana penjualan bagi UMKM makanan Betawi untuk mengiklankan produknya.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian pada judul Strategi Memasarkan Makanan Betawi Menggunakan Website Sebagai Media Periklanan menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan :

1. Melakukan wawancara kepada pemilik UMKM produk makanan Betawi untuk mendapat informasi dan gambaran usaha yang dijalani selama ini, serta permasalahan yang

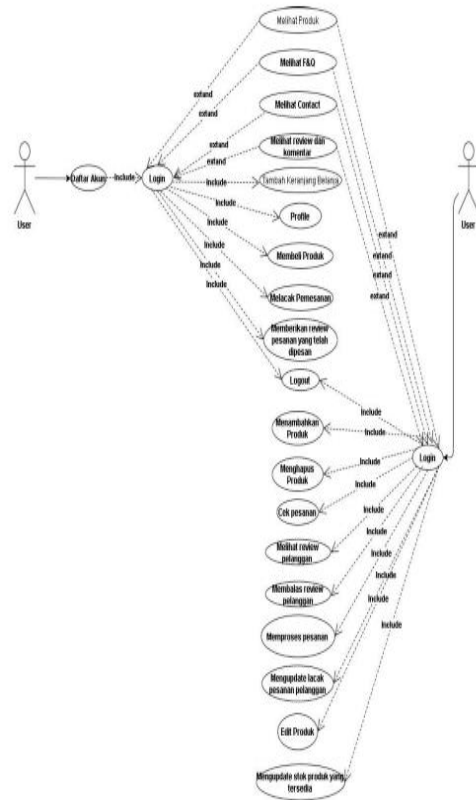
dihadapi pemilik UMKM dalam menjual produknya.

2. Pengisian kuesioner untuk mengetahui respon dari masyarakat terhadap pengujian website yang telah dibuat untuk memasarkan makanan Betawi.
3. Studi Pustaka yaitu dengan cara mencari referensi untuk mengumpulkan dan memperoleh data dari buku atau jurnal sebelumnya.

Adapun langkah kerja melaksanakan penelitian ini yaitu :

1. Pra produksi

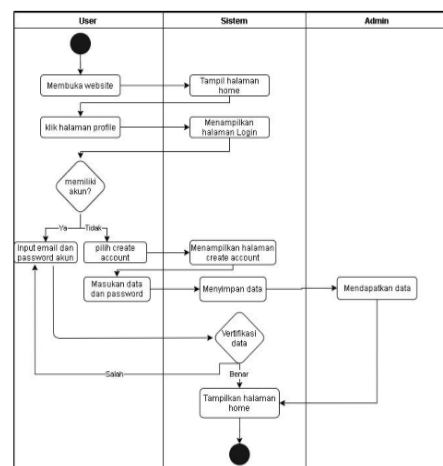
Pada tahap awal ini mengumpulkan informasi dan data produk makanan Betawi melalui wawancara dengan nara sumber, selanjutnya mencari referensi dari sumber lain melalui buku dan jurnal. Bila informasi sudah diperoleh, proses selanjutnya dapat memilih warna yang menarik dan *typography* yang sesuai agar memudahkan *user* saat membaca informasi yang terdapat pada *website* makanan Betawi. Berikut ini *use case diagram* pada Strategi Memasarkan Makanan Betawi Menggunakan *Website* Sebagai Media Periklanan.



Gambar 1. *Use case diagram*

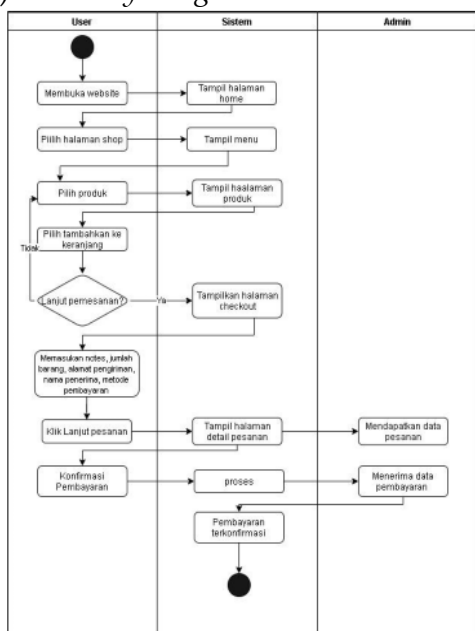
Berikut *activity diagram* dari setiap proses pada Strategi Memasarkan Makanan Betawi Menggunakan *Website* Sebagai Media Periklanan.

1) *Activity Diagram Login/Create Account*



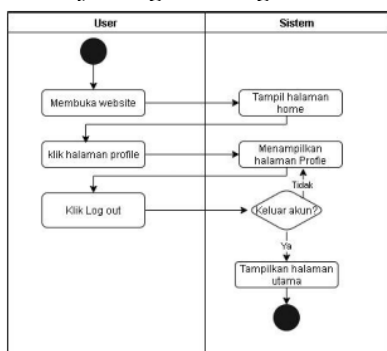
Gambar 2. *Activity Login / Create Account*

2) Activity Diagram Pemesanan



Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan

3) Activity Diagram Log Out



Gambar 4. Activity Diagram Log Out

2. Produksi/Pelaksanaan

Setelah tahap pra produksi, selanjutnya yaitu tahap produksi. Pada tahap ini akan mulai mengatur *desain layout* pada *wordpress* dan mengatur produk yang akan ditampilkan pada *website*.

3. Pascaproduksi/Evaluasi

Tahap pasca produksi yaitu tahap terakhir untuk menguji *website* untuk mencari kekurangan ataupun permasalahan yang masih ada dengan menggunakan browser pada

perangkat. Selain itu juga memberikan kuesioner ke masyarakat untuk mengetahui respon dan pemahaman masyarakat terhadap informasi produk makanan Betawi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dengan judul Strategi Memasarkan Makanan Betawi Menggunakan *Website* Sebagai Media Periklanan menampilkan keunggulan-keunggulan dari produk makanan Betawi, produk pilihan makanan Betawi dan serta produk terlaris pada *website*. Strategi memasarkan produk menggunakan *website* dapat meningkatkan *awarnes* masyarakat. Masyarakat akan lebih memahami informasi menggunakan *website* karena mudah diakses kapanpun dan dimanapun (Rahayu, D.M. dan Afriasih, M.U.C, 2022).

Pada *website* tersebut juga terdapat informasi dari masing masing produk yang tertera. Pada setiap halaman produk berisikan foto produk yang dipilih, nama produk, harga produk, jumlah stok produk yang tersedia, rating produk, deskripsi produk, ulasan produk, user atau pengguna juga bisa menentukan jumlah barang yang akan dipesan pada menu produk lalu klik tombol tambahkan ke keranjang untuk proses pembelian. Detail informasi diberikan untuk memudahkan masyarakat untuk memahami produk yang ingin dibeli. Diberikan foto produk yang menarik sesuai dengan produk yang akan dibeli agar masyarakat mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk tersebut.

Bila masyarakat tertarik dengan produk tersebut maka produk dapat ditambahkan ke keranjang. Pelanggan dapat memilih semua produk atau salah satu produk yang berada di halaman keranjang untuk diproses lebih lanjut ke *checkout*. Pada halaman *checkout* terdapat form data diri yang harus diisi guna kelengkapan data pelanggan untuk menghindari salah pengiriman.

Setelah melakukan pemesanan pelanggan wajib mengkonfirmasi pembayaran melalui halaman konfirmasi pemesanan yang akan di *direct* ke halaman *whatsapp* untuk selanjutnya melakukan konfirmasi pembayaran yang telah dilakukan. Pesanan yang telah dipesan dapat dilacak di halaman lacak pesanan dengan memasukkan ID Pesanan dan Email penagihan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pelanggan melakukan transaksi, dan menjaga keamanan selama transaksi berlangsung.

Strategi lain untuk Memasarkan Makanan Betawi selain menggunakan *website*, maka dapat menggunakan *SEO*. Menurut Arifin (2018) *SEO* atau *Search Engine Optimization* merupakan cara untuk *website* mendapatkan posisi teratas dalam mesin pencarian. *SEO* disebut juga dengan *SERP* atau *Search Engine Return Page*.

Strategi menggunakan *SEO* digunakan agar *website* tentang produk makanan Betawi berada pada posisi teratas hasil pencarian berdasarkan kata kunci atau

keyword tertentu yang ditargetkan. Bila *website* tersebut menempati posisi teratas pada hasil pencarian akan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung. Dengan demikian masyarakat akan lebih banyak mengunjungi *website* produk makanan Betawi. Harapannya bila semakin banyak orang yang mengunjungi *website* tersebut, akan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk tersebut dan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan Rahayu, D.M. dan Prasetyo, A.B. (2020) Teknik *SEO* sebagai strategi pemasaran dengan menampilkan laman *web* yang baik sesuai dengan kaidah *SEO* maka hal tersebut dapat meningkatkan trafik kunjungan dalam waktu tertentu. Target pengguna internet akan sesuai dengan target pemasaran produk sehingga akan meningkatkan *branding* produk tersebut.

Setelah *SEO* diimplementasikan pada *website* ini maka terdapat peningkatan *traffic* kunjungan terhadap *website* produk makanan Betawi. Dengan demikian metode ini berhasil diterapkan untuk memasarkan produk makanan Betawi kepada masyarakat sehingga pemahaman masyarakat terhadap produk menjadi meningkat dan tertarik untuk membeli produk makanan Betawi.

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 10s0 responden dengan hasil presentase kelayakan 95,6% dapat dikatakan bahwa *website*

tersebut layak digunakan untuk penjualan. Hal ini dikarenakan keberadaan *website* produk makanan Betawi dapat memudahkan pengguna mendapatkan informasi produk (secara tulisan, simbol, ikon, navigasi) mudah dipahami, memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi, dan pengguna merasa nyaman selama menggunakannya.

Jadi dengan adanya *website* produk makanan Betawi ini masyarakat menjadi lebih mengenal terkait informasi produk, pangsa pasar pelanggan bisa menjadi lebih luas. Dan ini juga bisa menjadi cara bagi UMKM makanan Betawi untuk mengiklankan produknya serta meningkatkan penjualannya.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian Strategi Memasarkan Makanan Betawi Menggunakan *Website* Sebagai Media Periklanan bahwa keberadaan *website* makanan Betawi memiliki fitur-fitur utama seperti *shop*, informasi produk, keranjang, *checkout*, menu *account*, *faq*, laman *contact*, lacak pesanan, dan konfirmasi pembayaran yang berjalan dengan baik dan semestinya. Hal ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk makanan Betawi. Dengan adanya *website* produk makanan Betawi maka transaksi menjadi lebih mudah, serta pelanggan merasa lebih aman dan nyaman melakukan transaksi. Selain itu penerapan Teknik *SEO* pada *website* tersebut juga memiliki pengaruh yang

baik karena dapat meningkatkan *traffic* kunjungan terhadap *website* tersebut. Semakin banyak masyarakat yang berkunjung pada *website* tersebut, akan membuat peluang yang baik sehingga masyarakat bisa lebih banyak yang paham terhadap produk dan tertarik untuk membeli produk makanan Betawi. Hal ini sangat menguntungkan pemilik UMKM makan Betawi untuk memasarkan produknya, sehingga penjualan produk dapat mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, R. (2016). Trik Mudah Membuat CMS Website dari Nol. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Achmad Solichin, (2016). Pemrograman Web Dengan Php Dan Mysql. Jakarta: Universitas Budi Luhur.
- Arifin. (2018). Rahasia SEO Wordpress. Indonesia: Grafindo Publisher.
- Rahayu, D.M. dan Prasetyo, A.B. (2020). The Study of Search Engine Optimization on Website as a Marketing Strategy on the Internet. MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi 1 (2), 136-146.
- Rahayu, D.M. dan Afriasih, M.U.C. (2022). Strategi Pemasaran Karya Mahasiswa Untuk Diadopsi Masyarakat menggunakan Media Periklanan Dengan Digital Marketing. Jurnal Ilmiah Publipreneur 10 (2), 127-132.
- Rahman, S. (2019). Buku Pintar Web Desain dan SEO WordPress 5 PLUS. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Rerung, (2018). Pemrograman Web Dasar. Yogyakarta: Deepublish.
- Sibero, (2013). Web programming power pack. Yogyakarta: Mediakom.
- Risnandar, (2013). Website Development Fundamental : Fitur, Layout dan Operasional Lebih Maju. Bandung: Nuansa Cedeikia.
- Sukamto & Shalahuddin, (2015). Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek. Bandung: Modula.
- Zaki, A. & Winarno, E. (2015). Membuat Aneka Macam Situs Jual Beli dengan WordPress. Jakarta: Elex Media Komputindo.