

Pembuatan Website Katalog Produk Kuliner Sebagai Media Promosi dan Pemasaran UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici

Choirun Nisa' Febriyanti¹, Della Puspita², Mohammad Ryan Badruzzaman³, Mohammad Firdaus Al Fatar⁴, Muhammad Gusnanda Ruba⁵

IAIN Kediri

nisaafebriyantii@gmail.com

Kilas Artikel

Volume 1 Nomor 3
September 2023

Article History

Submission: 07-09-2023

Revised: 11-09-2023

Accepted: 25-09-2023

Published: 30-09-2023

Kata Kunci:

Promosi, Produk,
Pemasaran, Website,
UMKM

Keywords:

Promotion, Product,
Marketing, Website, MSMEs.

Abstrak

Tim pengabdian mengambil inisiatif untuk menciptakan website katalog produk yang bertujuan strategis untuk mengokohkan serta mengembangkan usaha kuliner skala kecil dan menengah (UMKM). Website ini didesain dengan maksud untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk dari Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. Dengan tata letak yang menarik, website menyajikan informasi komprehensif tentang produk, termasuk gambar, deskripsi, harga, dan kontak yang mudah dijangkau. Fitur tambahan seperti peta lokasi, testimonial pelanggan, dan formulir pemesanan online juga turut disediakan. Pembuatan website ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici serta mendukung promosi kuliner lokal. Metode yang digunakan meliputi identifikasi tujuan website, seperti meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, serta desain tampilan visual yang sesuai dengan identitas merek UMKM. Hasilnya, website berhasil memperluas pengetahuan produk, meningkatkan penjualan, dan menyediakan informasi akurat untuk menarik minat konsumen. Secara keseluruhan, pembuatan website ini sukses dalam meningkatkan visibilitas online, memungkinkan pelanggan untuk menemukan produk, dan mengurangi biaya promosi.

Abstract

The service team took the initiative to create a product catalog website with the strategic aim of strengthening and developing small and medium-scale culinary businesses (MSMEs). This website was designed with the intention of expanding market reach and increasing sales of Ponorogo Pak Ici Chicken Satay products. With an attractive layout, the website presents comprehensive information about products, including images, descriptions, prices, and easy-to-reach contacts. Additional features such as location maps, customer testimonials, and online order forms are also provided. It is hoped that the creation of this website can make a positive contribution to the growth of Ponorogo Pak Ici Chicken Satay MSMEs and support the promotion of local culinary delights. The methods used include identifying website objectives, such as increasing sales and expanding market share, as



Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

well as designing a visual appearance that is in accordance with the MSME brand identity. As a result, the website succeeded in expanding product knowledge, increasing sales, and providing accurate information to attract consumer interest. Overall, the creation of this website was successful in increasing online visibility, enabling customers to discover products, and reducing promotional costs.

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan teknologi informasi yang terus berkembang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian suatu negara. Mereka menjadi tulang punggung ekonomi lokal, memberikan lapangan kerja, dan turut serta dalam menggerakkan roda ekonomi di tingkat mikro dan menengah. Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar untuk pertumbuhan adalah "Sate Ayam Ponorogo Pak Ici", sebuah usaha kuliner yang menghadirkan hidangan khas daerah Ponorogo, Jawa Timur. Dengan cita rasa yang autentik dan kualitas bahan baku yang terjaga, Sate Ayam Ponorogo Pak Ici memiliki potensi untuk meraih pasar yang lebih luas.

Namun, dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM perlu memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada konsumen potensial. Di sinilah teknologi internet memainkan peran kunci. Dengan memanfaatkan potensi internet, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan memperkuat brand awareness mereka.

Melihat potensi besar yang dimiliki oleh Sate Ayam Ponorogo Pak Ici, kami sebagai tim pengabdian masyarakat mengambil inisiatif untuk membantu UMKM ini dalam memanfaatkan teknologi internet sebagai alat promosi dan pemasaran. Salah satu langkah strategis yang kami ambil adalah dengan membuat sebuah website katalog produk kuliner khusus untuk Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. Website ini akan menjadi wadah untuk menampilkan produk-produk mereka secara terperinci, memberikan informasi penting kepada calon pelanggan, serta memperkuat interaksi dengan pasar secara keseluruhan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan bentuk kontribusi nyata kami dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di era digital ini. Kami meyakini bahwa dengan membantu UMKM memanfaatkan teknologi internet secara optimal, mereka dapat bersaing secara sehat dalam pasar yang semakin terkoneksi secara digital. Seiring dengan itu, kami juga berharap agar keberadaan Sate Ayam Ponorogo Pak Ici dapat semakin dikenal dan diapresiasi oleh masyarakat luas.

Dalam laporan ini, kami akan menguraikan proses pembuatan website katalog produk kuliner untuk Sate Ayam Ponorogo Pak Ici, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Kami juga akan mencatat hasil dari inisiatif kami ini, termasuk peningkatan visibilitas online, respons dari pasar, dan dampak positif lain yang dihasilkan dari kegiatan ini. Dengan demikian, laporan ini akan menjadi bukti konkret dari upaya kami dalam mendukung pertumbuhan UMKM di era digitalisasi yang semakin maju.

Pengabdian ini bertujuan memberikan panduan komprehensif kepada UMKM, terutama Sate Ayam Ponorogo Pak Ici, tentang cara optimal memanfaatkan website katalog produk kuliner sebagai alat efektif dalam mempromosikan dan memasarkan produk mereka. Dengan pemahaman mendalam akan potensi dan manfaat dari pembuatan website katalog produk kuliner, baik Sate Ayam Ponorogo Pak Ici maupun UMKM sejenisnya dapat mengambil langkah-langkah strategis dalam memanfaatkan teknologi digital guna mempercepat pertumbuhan bisnis mereka.

Dalam hal pembuatan website katalog produk kuliner, penting untuk di

ingat bahwa teknologi internet dan platform online membawa manfaat beragam. Pertama-tama, melalui website ini, Sate Ayam Ponorogo Pak Ici mampu menjangkau pelanggan potensial yang berlokasi jauh dari gerai fisik mereka. Artinya, mereka dapat memasarkan produknya ke wilayah yang lebih luas tanpa harus membuka cabang fisik tambahan (Winarti, 2021).

Tak hanya itu, website katalog produk kuliner juga memberikan fleksibilitas dalam mengelola dan memperbarui informasi seputar produk. Di dalam industri kuliner yang senantiasa berubah, kemampuan untuk dengan cepat memperbarui menu, harga, atau promosi adalah aset berharga (Dewi, 2022). Dengan demikian, Sate Ayam Ponorogo Pak Ici akan selalu dapat menawarkan informasi terbaru kepada pelanggan mereka, meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen.

Dengan peningkatan visibilitas online melalui website katalog produk kuliner, diharapkan Sate Ayam Ponorogo Pak Ici akan mampu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan mereka secara signifikan. Dalam era di mana konektivitas digital menjadi semakin penting, penggunaan teknologi ini menjadi langkah yang bijak dan strategis untuk mendukung pertumbuhan bisnis UMKM seperti Sate Ayam Ponorogo Pak Ici di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. METODE

Salah satu metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah pendekatan experiential learning, yang menekankan pada pembelajaran melalui pengalaman langsung. Dalam konteks ini, kami berupaya untuk memperoleh wawasan berharga dari pemilik usaha "Sate Ponorogo Pak Ici" dengan mengamati dan terlibat secara langsung dalam operasional bisnis mereka.

Metode yang kami terapkan meliputi beberapa tahapan. Pertama, kami membantu dalam penyusunan laporan keuangan untuk UMKM Sate Ponorogo Pak Ici. Hal ini bertujuan untuk membantu mereka dalam mengelola keuangan bisnis dengan lebih terstruktur dan akurat. Kedua, kami melakukan kegiatan promosi melalui berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Youtube. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, kami berharap dapat meningkatkan eksposur produk dari Sate Ponorogo Pak Ici kepada calon konsumen yang lebih luas. Terakhir, kami terlibat dalam proses desain video dan foto untuk mempromosikan produk dari Sate Ponorogo Pak Ici. Ini bertujuan untuk menciptakan materi promosi yang menarik dan informatif.

Dalam implementasinya, kami memanfaatkan berbagai media berupa foto dan video yang kami buat dengan bimbingan dari pemilik UMKM. Konten ini kemudian kami sebariskan melalui berbagai platform media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan eksposur produk dari UMKM tersebut.

Tujuan dari penerapan metode ini adalah memberikan pengalaman belajar yang berharga bagi pemilik UMKM. Kami ingin memastikan bahwa mereka dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif untuk bisnis mereka. Melalui pendekatan experiential learning, kami berharap UMKM dapat memahami dan menerapkan strategi promosi yang lebih efisien dalam memasarkan produk mereka kepada calon konsumen.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Jl. Kuwak Utara RT 1 RW 12 Kel. Ngadirejo Kec. Kota Kota Kediri telah berjalan dengan sukses. Fokus utama dari kegiatan ini adalah memperkenalkan serta memberikan pemahaman yang mendalam tentang UMKM, terutama Sate Ayam Ponorogo Pak Ici, kepada mahasiswa yang turut serta dalam kegiatan pengabdian ini. Para mahasiswa yang terlibat merupakan mahasiswa semester 5 dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membina kerjasama yang erat antara UMKM dan perguruan tinggi, serta membangun sinergi yang saling menguntungkan. Salah satu bentuk nyata dari kontribusi kampus kepada masyarakat adalah melalui kegiatan pengabdian masyarakat, yang merupakan salah satu aspek dari tri darma perguruan tinggi. Selama kegiatan ini, mahasiswa dapat memahami secara mendalam bagaimana UMKM seperti Sate Ayam Ponorogo Pak Ici beroperasi dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah di Kota Kediri.

Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung pengembangan potensi unggul dari UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici yang mungkin telah memperoleh eksistensi melalui media sosial atau melalui interaksi langsung dengan masyarakat. Namun, untuk memaksimalkan potensi mereka, diperlukan dukungan tambahan berupa pengenalan produk melalui katalog. Dengan adanya katalog produk, diharapkan produk-produk dari UMKM ini akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini juga akan memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai produk yang ditawarkan oleh UMKM tersebut, sehingga dapat memberikan kontribusi positif dalam pertumbuhan dan perkembangan bisnis UMKM di Kota Kediri.

Katalog adalah salah satu alat pemasaran yang terbukti sangat efisien dalam mempromosikan produk kepada pelanggan. Dalam katalog, produk dapat ditampilkan secara komprehensif, mencakup deskripsi yang terperinci, harga, serta penawaran promosi yang tersedia bagi konsumen (Bukit, 2019). Katalog produk bertujuan untuk menyajikan informasi produk secara terstruktur berdasarkan jenis, kategori, dan fungsinya. Oleh karena itu, penting bahwa katalog disusun dengan konten yang simpel, tetapi tetap mampu menyampaikan informasi yang jelas, sehingga mempermudah pelanggan dalam mencari produk yang mereka inginkan (Martinayanti, 2016).

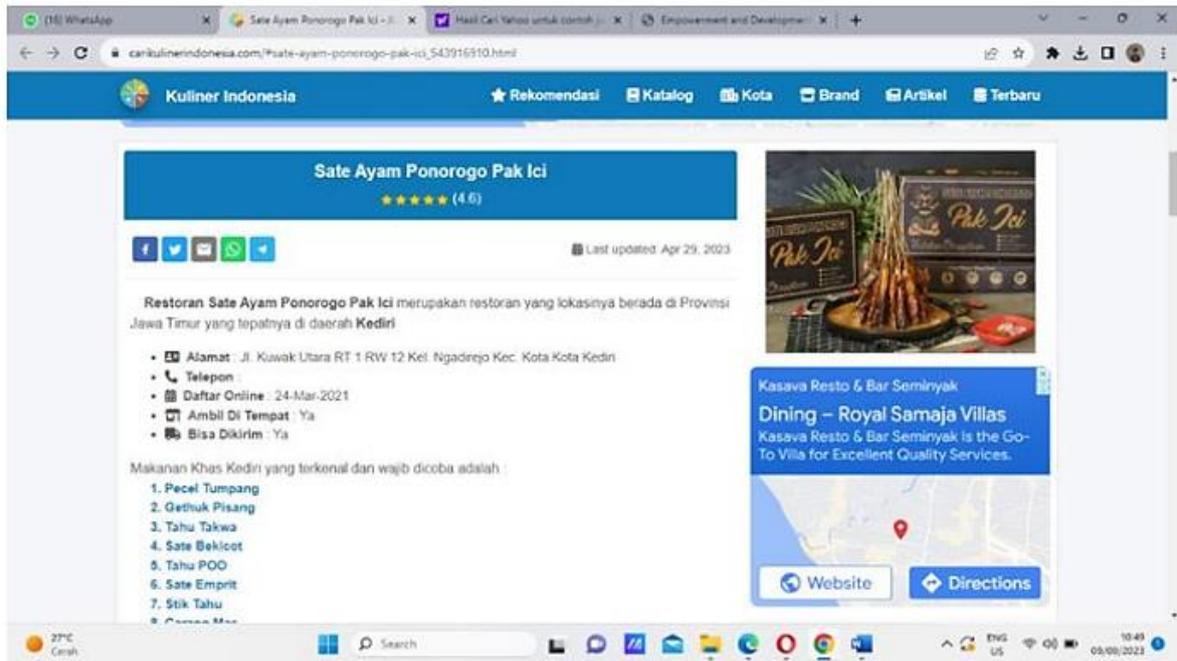
Namun, katalog tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi produk semata, melainkan juga sebagai representasi dari merek dan profil perusahaan. Bahkan, dalam beberapa kasus, katalog mampu menggantikan peran tenaga penjualan dalam upaya mempromosikan produk. Katalog produk memegang peran sentral dalam komunikasi pemasaran, oleh karena itu, perancangannya harus memuat unsur-unsur yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, katalog produk telah terbukti sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien dalam dunia pemasaran (Falah, 2017).

Pengabdian masyarakat bertujuan untuk memberikan manfaat nyata kepada masyarakat melalui penerapan ilmu dan teknologi yang dimiliki. Salah satu kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah pembuatan website katalog produk kuliner sebagai media promosi dan pemasaran bagi UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. Proses pengabdian ini melibatkan beberapa tahapan penting yang mencakup identifikasi kebutuhan, perancangan, implementasi, dan evaluasi.

Tahap pertama dalam proses pengabdian adalah identifikasi kebutuhan. Tim pengabdian melakukan studi awal untuk memahami kondisi dan kebutuhan UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. Hal ini meliputi analisis pasar, identifikasi target audiens, dan penentuan fitur-fitur yang akan disertakan dalam website. Selain itu, tim juga berinteraksi

dengan pemilik UMKM untuk mendapatkan wawasan langsung mengenai produk, visi, dan tujuan bisnis mereka.

Setelah identifikasi kebutuhan dilakukan, tahap berikutnya adalah perancangan website. Tim pengabdian merancang struktur website, termasuk tata letak, navigasi, dan fitur-fitur yang akan disediakan. Desain visual website juga diperhatikan untuk memastikan tampilan yang menarik dan sesuai dengan identitas merek UMKM. Selain itu, tim juga mempertimbangkan faktor teknis seperti responsivitas dan kecepatan akses.



Gambar 1. Tampilan website hasil rancangan tim pengabdian.

Setelah perancangan selesai, tahap implementasi dimulai. Tim pengabdian membangun website sesuai dengan desain yang telah dirancang sebelumnya. Proses ini meliputi pengkodean, integrasi fitur-fitur, dan pengujian fungsionalitas website. Selama implementasi, tim juga terus berkomunikasi dengan pemilik UMKM untuk memastikan bahwa website memenuhi ekspektasi dan kebutuhan mereka.

Setelah website selesai dibangun, tahap berikutnya adalah pengujian. Tim pengabdian melakukan serangkaian pengujian untuk memastikan bahwa website berfungsi dengan baik dan bebas dari bug atau masalah teknis lainnya. Pengujian meliputi uji fungsionalitas, kecepatan akses, dan responsivitas terhadap berbagai perangkat dan platform.

Setelah website dinyatakan siap, tahap selanjutnya adalah pelatihan. Tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM dan staf terkait tentang cara mengelola dan memperbarui konten di website. Pelatihan ini bertujuan agar UMKM dapat mandiri dalam memanfaatkan website sebagai alat promosi dan pemasaran.

Setelah website diluncurkan, tahap evaluasi dimulai. Tim pengabdian melakukan pemantauan terhadap kinerja website, termasuk jumlah pengunjung, tingkat interaksi, dan konversi penjualan. Evaluasi juga melibatkan umpan balik dari pemilik UMKM dan pengguna website untuk memperbaiki dan meningkatkan fitur-fitur yang ada.

Proses pengabdian ini melibatkan kerjasama yang erat antara tim pengabdian dan pemilik UMKM. Dalam setiap tahap, komunikasi yang efektif dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan UMKM menjadi kunci keberhasilan. Dengan hasil akhir berupa website katalog produk kuliner yang fungsional dan efektif, diharapkan UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici dapat meningkatkan

Tampilan awal dari Katalog Sate Ayam Ponorogo Pak Ici adalah halaman pertama yang dapat diakses dengan melakukan pencarian melalui mesin pencari seperti Google atau aplikasi sejenis. Pengguna dapat menemukan katalog ini dengan mengunjungi tautan yang tersedia, seperti https://www.carikulinerindonesia.com/#sate-ayam-ponorogo-pak-ici_543916910.html.

Saat pengguna mengakses halaman ini, mereka akan disambut dengan informasi awal yang mengenai Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. Halaman ini merupakan pintu masuk yang memberikan gambaran singkat tentang UMKM ini. Di sini, pengguna dapat menemukan berbagai informasi penting seperti produk, layanan, dan informasi kontak.

Penting untuk dicatat bahwa tampilan awal ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran umum kepada pengguna tentang apa yang ditawarkan oleh Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. Hal ini mencakup produk-produk kuliner yang mereka sajikan, sejumlah informasi mengenai keunikan dan keunggulan mereka, serta cara menghubungi mereka.

Tampilan awal ini seringkali dirancang untuk menjadi informatif dan menarik bagi pengguna. Desain visual yang menarik dan pemilihan kata-kata yang tepat digunakan untuk menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk menjelajahi lebih lanjut. Sebagai pintu gerbang menuju pengalaman lebih dalam dengan Sate Ayam Ponorogo Pak Ici, tampilan awal katalog ini menjadi titik awal yang penting dalam menarik minat pengunjung. Dengan begitu, pengguna yang tertarik dapat melanjutkan untuk menjelajahi menu, harga, testimoni pelanggan, dan fitur lain yang disediakan dalam katalog tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengalaman selama kurang lebih 45 hari dalam menjalankan kegiatan pengabdian ini, kami dapat menyimpulkan bahwa inovasi dan pemanfaatan kemajuan teknologi memiliki peran krusial dalam perkembangan usaha UMKM. Pembuatan website telah membuktikan manfaatnya dalam meningkatkan skala penjualan dan memberikan kemudahan bagi konsumen maupun produsen. Bagi produsen, pembuatan website adalah investasi yang sangat menguntungkan. Dengan adanya website, mereka dapat secara efektif memperluas cakupan usaha tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk pembuatan brosur atau promosi lainnya. Website juga memberikan peluang bagi produsen untuk secara tidak langsung mempromosikan produk mereka kepada calon konsumen. Di sisi lain, bagi konsumen, kehadiran website sangat memudahkan dalam melihat menu tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Informasi yang tertera di website, seperti detail menu dan harga, memberikan gambaran yang jelas tentang produk yang ditawarkan. Selain itu, proses pemesanan juga menjadi lebih praktis dan efisien.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami, sebagai anggota dari kelompok 05 magang Praktik Bisnis Syariah (PBS) IAIN Kediri Jawa Timur, dalam rangka menjalankan tugas sebagai agen pengabdian masyarakat, ingin mengungkapkan rasa terima kasih kami kepada Bapak Ade Januar Pribadi, SH., M.H., M.M. sebagai pemilik tempat magang (UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici), juga kepada Ibu

Rike Selviasari, M.M. selaku Dosen Pembimbing Lapangan, dan kepada seluruh rekan-rekan di dalam kelompok 05 magang Praktik Bisnis Syariah (PBS) IAIN Kediri Jawa Timur. Kami juga ingin berterima kasih kepada semua pihak terkait lainnya yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses pengabdian kami selama 45 hari ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Dewi, W. W. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press, 127.
- Falah, D. D. (2017). Perencanaan aktivitas pemasaran UMKM percetakan melalui katalog. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 48-56.
- Ma'rifah, H. N., Azizah, R. A. N. ., Jordi, M. R., Amrullah, M. B. N., Ichsan, M. N. ., Yunanto, I. F. ., Dermawan, R. B., & Fatmah, E. A. (2023). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar di Batik New Colet Jombang. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 270-276. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.377>
- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., Fadilah, R. A. N., & Azizah, R. (2023). Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Konveksi Aura Desa Kayen Lor Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 235-241. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/433>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 41-47.
- Winarti, C. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Tanjungpura, 195-206.
- Yunitasari, D., Rosyidah, L. N., Rohmah, L. ., Ningsih, D. F. C., Afiyana, R. L., & Febrianti, N. A. (2023). Pendampingan UMKM Batik CV. Wecono Asri dalam Meningkatkan Jumlah Peminat Melalui Pameran di Car Free Day Jl. Dhoho Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 259-269. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.392>
- Zunaidi, Arif, Nilna Fauza, Moch Zainuddin, Imam Annas Mushlihin, and Binti Mutafarida. (2022). "Training for MSME Development in an Effort to Improve Professional MSME Business Financial Governance".
- Zakaria, M., Nurum, S. I. B., Pertiwi, R. A., Khusniah, A. F., Alvin, C. K., Muna, A. I., Marbiyanti, R., & Janah, S. (2023). Pendampingan Perbaikan Packaging sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM "Mak Plengeh" di Desa Blabak, Pesantren, Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 25-31. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.380>