

Perkembangan Website Profiling Untuk Usaha Kuliner MAMA YUMMY

Bernadhed¹,

¹Informatika / Fakultas Ilmu Komputer
Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : bernadtagger@amikom.ac.id¹

ABSTRAK

MAMA YUMMY berjalan mulai dari awal tahun 2015 dengan menjual produk kuliner berupa jenis makanan ulat sutra dan beberapa kue kering yang dijual pada umumnya. Pemasaran hanya dilakukan disekitar perumahan atau event pengajian dan agenda masyarakat umumnya. Saat ini usaha MAMA YUMMY berjalan dengan konsep jualan yang telah diajukan sebelumnya dengan konsep dari Logo, design kemasan serta varian dari produk yang telah diusulkan.

Kata Kunci: Kuliner, masyarakat, pemasaran

ABSTRACT

MAMA YUMMY runs from the beginning of 2015 by selling culinary products in the form of silkworm foods and some pastries that are sold in general. Marketing is only done around housing or recitation events and the general public agenda. At present, MAMA YUMMY's business runs with the sales concept that has been proposed previously with the concept of the logo, packaging design and variants of the proposed product.

Keywords: Culinary, community, marketing

PENDAHULUAN

Mitra yang diajukan saat ini berjalan dengan konsep jualan yang telah diajukan sebelumnya dengan konsep dari Logo, design kemasan serta varian dari produk yang diberikan usulan pengabdian. Serta saat pengabdian sebelumnya diajukan dengan dibuatkan berupa video profiling. Sehingga saat ini akan dikembangkan kembali dengan dibangun sebuah website profiling, dimana website ini memang hasil diskusi dari ibu-ibu PKK yang menangani usaha ini. Keluhan dari

pihak produsen saat mereka melakukan presentasi atau membuka stand produk pada event- event lokal sering ditanyakan website dari produk tersebut.

Seperti yang disampaikan Yuliana dalam penelitiannya berjudul penggunaan teknologi internet dalam bisnis bahwa penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan- aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat internet. Pemasaran di internet sama dengan direct marketing, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri[2]. Berangkat dari permasalahan mitra dan salah satu fungsi dari internet dan website tersebutlah diperlukannya sebuah pengembangan media profiling untuk objek tersebut dengan website profiling.

Usaha ini bermula dan berjalan mulai dari awal tahun 2015 dengan menjual produk kuliner berupa jenis makanan ulat sutra dan beberapa kue kering yang dijual pada umumnya. Pemasaran hanya dilakukan disekitar perumahan atau event pengajian dan agenda masyarakat umumnya. Untuk saat ini penjualan masih bersifat offline. Dan berikut gambaran umum produk ulat sutra dan produk rumahan Ibu-Ibu PKK Bantulan.



Gambar 1. Produk fisik makanan yang dibuat

Berikut ini beberapa usulan yang telah dilaksanakan dalam pengabdian sebelumnya.

a. Ulut Sutera



Gambar 2. Ulut Sutera Edisi Lebaran

b. Butter Cookies



Gambar 3. Butter Cookies

c. Kue Kacang Spesial Tabur Kismis



Gambar 4. Kue Kacang Spesial Tabur Kismis

TARGET LUARAN YANG DICAPAI

Berisi khalayak sasaran dari mitra pengabdian dan hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan.

Setelah melakukan analisis situasi dan observasi ke calon mitra Anto Collection, memiliki masalah belum adanya website official. Hal tersebut dapat dilihat dalam analisis profil mitra. Dari hasil diskusi mengenai banyak dan beragamnya permasalahan yang dialami calon mitra, dihasilkan beberapa prioritas masalah-masalah yang akan disolusikan dengan program ini. Antara lain adalah:

Tabel 1. Tabel target luaran yang dicapai

<i>No</i>	<i>Permasalahan</i>	<i>No. Prioritas</i>
1.	Belum adanya website profiling sebagai media promosi sebagai bentuk kredibilitas produk ini karena mengingat olahan makanan ini telah didistribusikan ke outlet besar seperti Hypermart, Pamela, Kurnia dan Kencana	Prioritas 1
2.	Belum adanya kemasan kedap udara untuk distribusi ke outlet besar sebagai syarat utama untuk kemasan agar	Prioritas 2

	produk lebih tahan lama	
3.	Belum terlatihnya para pelaku usaha tersebut dalam penggunaan website yang akan dibangun	Prioritas 3
4	Pemodalán	Prioritas 4

METODE PELAKSANAAN

Berikut adalah metode pelaksanaan kegiatan pada MAMA YUMMY yang digambarkan dalam bentuk tabel yang disinkronkan dengan permasalahan dan target luaran. Adapun metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

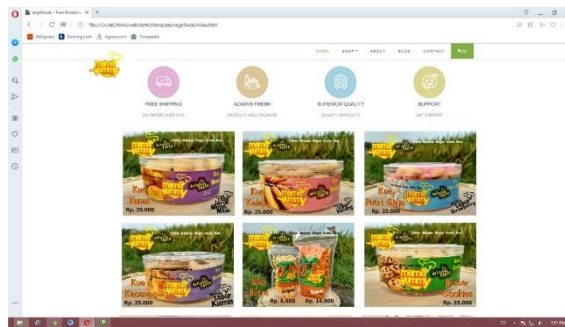
Tabel 2. Tabel Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan	Metode Pelaksanaan	Evaluasi
1	Belum adanya website profiling sebagai media promosi sebagai bentuk kredibilitas produk ini karena mengingat olahan makanan ini telah didistribusikan ke outlet besar seperti Hypermart, Pamela, Kurnia dan Kencana	Melakukan proses diskusi kepada obyek pengabdian terkait dengan desain yang akan dibangun berupa website dipadukan dengan ide-ide dari ibu-ibu yang terlibat usaha ini. Membahas seperti konten yang akan dimasukkan, warna yang akan digunakan untuk tematik website	Memantau keaktifan akun website yang telah dibuat, serta memantau apakah terjadi kerusakan setelah pengabdian dilaksanakan Pendampingan dan evaluasi secara berkala dalam mengasah kemampuan mitra dalam penggunaan akun website yang telah dibuat
2.	Belum adanya kemasan kedap udara untuk distribusi ke outlet besar sebagai syarat utama untuk kemasan agar produk	Melakukan Proses survei terhadap beberapa sampel kemasan yang bisa digunakan untuk kemasan kedap udara sebagai	Memantau dan memastikan untuk keberlangsungan kemasan yang telah terpilih dan bekerjasama

lebih tahan lama	pemenuhan permintaan dari toko-toko besar sebagai syarat dasar kemasan yang direkomendasikan	sehingga tidak terjadi kelangkaan pada kemudian hari saat teknis produksi
3. Belum terlatihnya para pelaku usaha tersebut dalam penggunaan website yang akan dibangun	Melakukan pelatihan-pelatihan seperti menginputkan informasi produk, konten gambar dan segala kebutuhan yang dibutuhkan dalam sebuah website. Selain itu juga diberikan pelatihan teknis pengambilan gambar yang menarik untuk jasa yang akan ditawarkan dengan harapan agar konsumen tertarik untuk memakai jasa sbablon dari hanya melihat tampilan gambar di Instagram	Selalu memberikan masukan untuk menjaga kualitas rasa dari produk tersebut dan selalu melakukan pengawasan dari produk tersebut sehingga selalu baik servis dan hasil sablon dimasukkan ke dalam konten website profiling tersebut Serta melakukan pengawasan terhadap konten, baik tata cara pengambilan gambar atau konten masih dalam

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penentuan prioritas masalah pada BAB I ditetapkan empat prioritas utama yang akan diselesaikan dengan solusi yang dapat dilakukan yang disusun seperti dibawah ini



Gambar 6. Gambar 5. Tampilan Awal Website Profiling Mama Yummy

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembaharuan kemasan dan website telah dipergunakan dan implementasikan dengan baik. Salah satunya saat mengikuti kegiatan pameran dan kegiatan serupa di berbagai acara di sleman.

DAFTAR PUSTAKA

Berita Resmi Statistik Badan Pusat Statistik D.I. Yogyakarta. No.09/02/34/Th.Xviii, 1 Februari 2016

<https://Napoleoncat.Com/Blog/En/Instagram-User-Demographics-In-Indonesia-March-2017/> Diakses 15 November 2017.

Yuliana, O.Y. 2010. Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 2, No. 1, Mei 2000: 36 - 52. Universitas Kristen Petra

Mahmoud, Q. H. (2004, Maret). *J2ME and Location-Based Service*. Diambil kembali dari ORACLE Sun Developer Network: <http://developers.sun.com/mobility/apis/articles/location/>