



PENGEMBANGAN *WEBSITE* FUKU ELEKTRONIK SEBAGAI MEDIA PEMASARAN SECARA DIGITAL

Lina¹, Ferbian Loekman², Michelle Augustine³

^{1,2,3} Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Email: ¹lina@untar.ac.id, ²ferbian.825190005@stu.untar.ac.id, ³michelle.535200055@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Fuku Elektronik is an online electronics store that has been established since 2019, located in the West Jakarta area. Until now, Fuku Elektronik store operates by selling through accepting the arrival of buyers at the store, as well as selling through online media marketplaces. Along with technological developments, e-commerce has become a more efficient sales medium in the digital era. Not only that, entrepreneurs will also find it easier to market their products or services. This technological development has made Fuku Elektronik interested in marketing its products so that they can be known more widely through e-commerce applications. Previously, Fuku Elektronik had marketed its products by placing paid advertisements on the Tokopedia, Shopee, and other well-known marketplaces. However, Fuku Elektronik does not yet have its own website to provide product information, display testimonials, or make sales. The Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) team has designed and developed a website for Fuku Elektronik and conducted website usage training for the store staffs. In addition, it is hoped that with the existence of the Fuku Elektronik website, it will be easier for buyers to interact directly with Fuku Elektronik. The developed website is also used as a promotional medium for Fuku Elektronik store. Fuku Elektronik's website development applies the implementation method from the Software Development Life Cycle (SDLC) stage which starts with planning using the waterfall model method, analysis of time, costs, and resources, designing wireframes, testing the developed system, and implementing the system. The output of this PKM activity is a website for Fuku Elektronik as a media to bring Fuku Elektronik's products or services closer to buyers. The developed website has been used by Fuku Elektronik as a means of promoting their business.

Keywords: *website, e-commerce shop, digital marketing*

ABSTRAK

Fuku Elektronik merupakan toko elektronik *online* yang berdiri sejak 2019 yang berlokasi di daerah Jakarta Barat. Hingga saat ini toko Fuku Elektronik beroperasi dengan melakukan penjualan secara fisik dengan menerima kedatangan pembeli pada toko, maupun penjualan melalui media *marketplace* secara *online*. Seiring dengan perkembangan teknologi, *e-commerce* telah menjadi media penjualan yang lebih efisien di era digital. Tidak hanya itu, para pengusaha juga akan dengan lebih mudah memasarkan produk atau jasanya. Perkembangan teknologi ini membuat Fuku Elektronik tertarik untuk memasarkan produknya sehingga dapat dikenal lebih luas melalui aplikasi *e-commerce*. Sebelumnya, Fuku Elektronik telah memasarkan produknya melalui pemasangan iklan berbayar di aplikasi Tokopedia, Shopee, dan *market place* ternama lainnya. Namun Fuku Elektronik belum memiliki *website* tersendiri untuk memberikan informasi produk, menampilkan testimoni, maupun melakukan penjualan. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat (PKM) telah melakukan perancangan dan pengembangan *website* bagi Fuku Elektronik dan melakukan pelatihan penggunaan *website* kepada para staf toko Fuku Elektronik. Selain itu, diharapkan dengan keberadaan *website* Fuku Elektronik maka pembeli akan dimudahkan saat ingin berinteraksi langsung dengan toko Fuku Elektronik. *Website* yang dikembangkan juga digunakan sebagai media promosi toko Fuku Elektronik. Pengembangan *website* Fuku Elektronik menerapkan metode pelaksanaan dari tahapan *Software Development Life Cycle* (SDLC) yang dimulai dari perencanaan dengan metode *waterfall model*, analisis terhadap waktu, biaya, dan sumber daya, perancangan *wireframe*, pengujian sistem yang dikembangkan, serta implementasi sistem. Produk yang dihasilkan dalam kegiatan PKM ini adalah *website* untuk *e-commerce* Fuku Elektronik sebagai sarana yang lebih mendekatkan produk atau jasa Fuku Elektronik kepada pembeli. Hasil *website* yang dihasilkan telah digunakan oleh Fuku Elektronik sebagai sarana promosi usaha mereka.

Kata kunci: *website, e-commerce, pemasaran digital*

1. PENDAHULUAN

Pada era digital sekarang ini, banyak peneliti maupun pebisnis yang berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi yang unggul dalam berbagai aspek bisnis. Keinginan untuk mempunyai usaha sendiri mulai menjadi tren di berbagai kalangan usia. Sehingga banyak bermunculan bisnis yang melakukan pemasaran maupun penjualan di berbagai media sosial. Tidak hanya melalui media sosial, *e-commerce* juga dapat dibentuk dengan berbasis aplikasi, *website*, dan lain

sebagainya. Kemampuan teknologi untuk menjangkau dan melakukan pemasaran yang lebih luas, dengan mudahnya dapat terhubung dengan jutaan pengguna media sosial dan aplikasi *e-commerce* menjadi alasan mendasar mengapa pelaku bisnis beralih untuk menerapkan teknologi dalam menjalankan usaha yang dimilikinya (Alridhani & Persada, 2020). Perkembangan teknologi yang sangat pesat tentunya menjadi salah satu aspek dan peran terpenting untuk mendorong hal ini terwujud. Harapan dari sisi pengusaha tentunya adalah memiliki usaha yang terus mengikuti perkembangan zaman, demi memberikan pelayanan terbaik kepada pada pembeli, serta mendapatkan keuntungan yang terus meningkat. Untuk itu, diperlukan sebuah media untuk mempromosikan produk yang dijual kepada calon pembeli yang berbasis teknologi. Teknologi dapat berperan sebagai sarana komunikasi yang baik dengan konsumen dari berbagai lokasi yang berbeda. Apabila ada konsumen yang ingin menyampaikan *feedback*, dapat langsung disampaikan tidak terbatas ruang dan waktu (Mustofa et al., 2021).

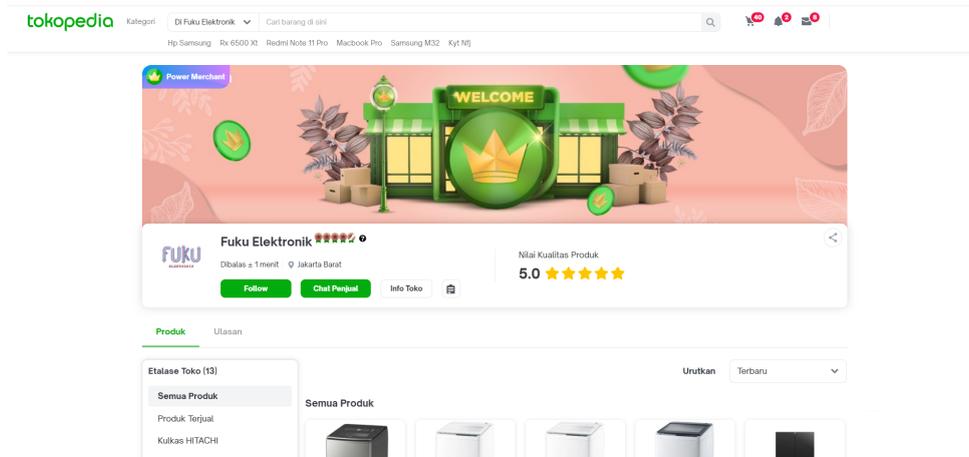
Saat ini *website* masih menjadi salah teknologi yang terkenal dan banyak digunakan pelaku bisnis dalam memasarkan produk atau jasa. Berdasarkan jenisnya, *website* dibagi menjadi dua jenis yakni *website* dinamis dan *website* statis. *Website* yang dikembangkan saat ini dituntut untuk mampu memberikan *user* pengalaman multimedia yang baik yang meliputi tampilan yang interaktif, dan menu yang dinamis (Kristiyanto & Suhartono, 2020). Oleh sebab itu, *website* yang dibuat untuk media promosi *e-commerce* termasuk dalam tipe *website* dinamis karena dilengkapi dengan berbagai fitur interaktif, yang meliputi fitur-fitur untuk memberikan komentar, melakukan transaksi, dan adanya perubahan data dalam jangka waktu tertentu (Levi et al., 2020).

Mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Fuku Elektronik. Fuku Elektronik merupakan toko elektronik *online* yang didirikan sejak tahun 2019 di Jakarta. Latar belakang didirikannya toko ini dikarenakan adanya perkembangan teknologi dan mulai beralihnya para kompetitor menggunakan aplikasi *e-commerce*. Sesuai dengan nama tokonya, Fuku Elektronik menjual berbagai produk elektronik dengan merek utama Hitachi, yang meliputi berbagai jenis produk seperti lemari es, mesin cuci, *microwave*, *vacuum cleaner*, *rice cooker*, dan *air purifier*. Selama ini Fuku Elektronik melakukan pemasaran dan penjualan produknya melalui berbagai *marketplace* yang ada. Gambar 1 dan Gambar 2 menunjukkan tampilan toko Fuku Elektronik dan katalog produk yang dijual pada situs *marketplace* Tokopedia.

Berbagai upaya untuk menarik pengunjung dan meningkatkan penjualan dengan mempromosikan Fuku Elektronik telah dilakukan sebelumnya oleh pemilik bisnis dengan memanfaatkan fitur iklan yang disediakan *marketplace* Tokopedia. Pemasangan iklan berbayar, *broadcast message*, dan berbagai promo pembelian barang tertentu sudah dipasang pada aplikasi Tokopedia. Dengan adanya pemasangan fitur TopAds dari aplikasi Tokopedia, diharapkan toko Fuku semakin dikenal oleh para pengguna Tokopedia dan tingkat penjualan barang meningkat.

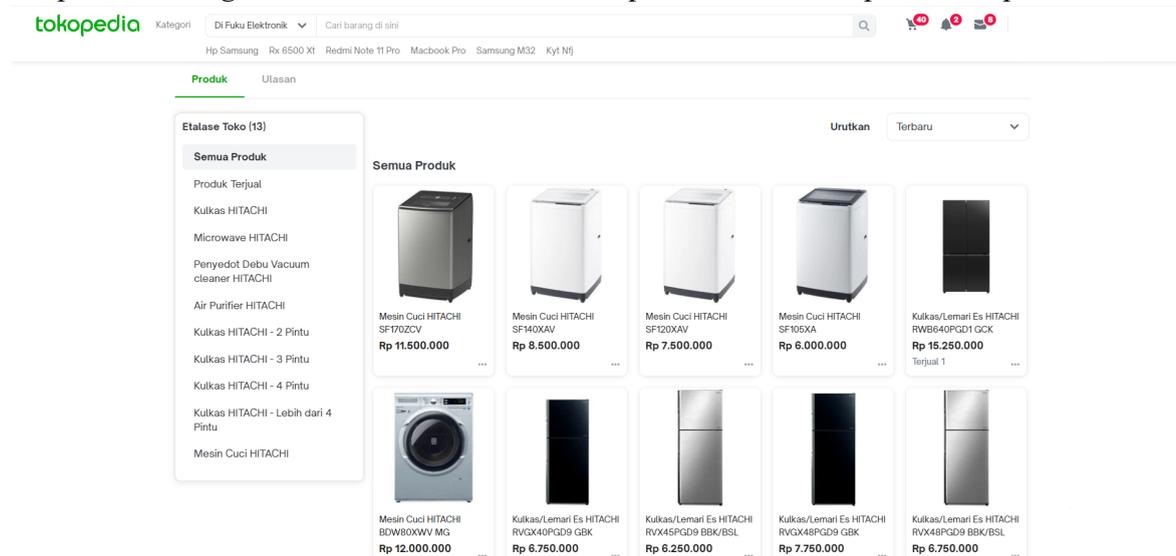
Gambar 1.

Tampilan Toko Fuku Elektronik pada Situs Marketplace Tokopedia



Gambar 2.

Tampilan Katalog Produk Toko Fuku Elektronik pada Situs Marketplace Tokopedia



Penggunaan situs *e-commerce* tentunya akan mempermudah pembeli untuk mencari dan membeli produk yang diinginkan. Namun, penggunaan situs *e-commerce* juga tidak menutup kemungkinan calon pembeli membandingkan produk yang dijual oleh toko Fuku Elektronik dengan toko lainnya yang juga berada dalam *e-commerce* tersebut. Selain itu, calon pembeli juga tidak dapat melihat deskripsi detail tentang suatu produk yang dijual pada toko Fuku Elektronik karena keterbatasan *space* yang disediakan. Padahal di dalam dunia bisnis, informasi detail mengenai sebuah usaha kerap kali berperan penting untuk meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Oleh sebab itu, diperlukan informasi profil toko selengkap-lengkapannya untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap toko melalui berbagai media (Lestari & Saifuddin, 2020) (Rapitasari, 2016).

Untuk mengatasi masalah yang ada, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengembangkan sebuah *website* untuk Fuku Elektronik sesuai dengan kebutuhan dari pemilik usaha yang memiliki kekhususan yakni adanya fitur yang dapat menonjolkan keunggulan toko kepada calon pembeli, serta fitur SEO yang dapat membantu mempermudah calon pembeli

mencari informasi. *Branding* juga akan diterapkan sebagai salah satu fitur agar para calon pembeli dapat melihat testimonial dan penilaian dari pembeli lain yang telah menyelesaikan transaksi. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Selain itu, *website* ini juga berfungsi sebagai media pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan. Pemilik Fuku Elektronik terus memiliki komitmen dan konsistensi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pembeli, dan berharap penjualan yang semakin meningkat dapat segera terwujud.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pengembangan *website* akan dilakukan berdasarkan tahapan pengembangan *software* khususnya *website* yaitu *Software Development Life Cycle* (SDLC). Metode SDLC merupakan salah satu metode yang sudah tidak asing lagi khususnya dalam pembuatan *website*. Model SDLC yang akan digunakan adalah *waterfall model*. Tahapan dari metode SDLC terdiri dari *requirement analysis*, *system design*, *implementation*, *testing*, *deployment* dan *maintenance* (Acharya & Sahu, 2020).

Tahapan pertama yang dilakukan adalah *requirement analysis*. Perencanaan terhadap pengembangan *website* Fuku Elektronik akan disesuaikan dengan keinginan atau permintaan dari mitra Fuku Elektronik. Oleh karena itu, tahapan ini akan melibatkan orang-orang yang bekerja pada Fuku Elektronik, khususnya pemilik toko agar dapat merancang suatu *website* yang terjamin kesesuaiannya. Toko Fuku Elektronik akan menyediakan katalog produk agar dapat ditampilkan beserta deskripsi dan harga dari masing-masing produknya.

Analisis merupakan tahapan kedua yang bertujuan untuk mengestimasi waktu, biaya, dan sumber daya dalam mengembangkan *website*. Penjadwalan yang lebih rinci setelah analisis risiko, dilakukan untuk menentukan bagaimana urutan modul yang dikembangkan. Langkah terakhir yang dilakukan dari analisis adalah *monitoring*, yaitu mengawasi segala kegiatan, jadwal dan sumber daya yang terlibat dalam pengembangan (Susanto & Asmira, 2017).

Tahapan selanjutnya adalah *design*, yaitu merancang tampilan awal untuk *website* berupa *wireframe* dari *website*. Perancangan tampilan *website* juga dibuat berdasarkan hasil diskusi dengan pihak Fuku Elektronik dan tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat.

Selanjutnya, implementasi dan pengujian sistem merupakan tahapan terakhir dalam pengembangan *website* ini. Pengujian dilakukan pada semua modul dan juga fungsi dari *website* oleh mitra, sehingga dapat ditindaklanjuti langsung oleh tim pengabdian kepada masyarakat jika terdapat ketidaksesuaian. Setelah mendapatkan persetujuan dari mitra, sistem diimplementasikan dengan cara *di-hosting* untuk dapat digunakan mitra sebagai sarana promosi dan lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan *website* Fuku Elektronik telah dikembangkan dengan enam modul, yang terdiri dari modul *Home*, *About*, *Product*, *Shop*, *Store Policies*, dan *Testimoni*. Hasil perancangan tiap modul pada *website* yang dikembangkan memiliki tujuan dan fungsinya masing-masing. Tampilan awal pada *website* Fuku Elektronik tertera pada Gambar 3. Pada halaman utama dari *website* ini, terdapat foto dari produk yang dijual pada *carousel* yang bersifat dinamis, sehingga diharapkan dapat menarik pembeli ketika membuka *website*. Pada *header page* terdapat logo dan beberapa *Menu*, yaitu: *Home*, *About*, *Product*, *Shop*, *Store Policies*, dan *Testimoni*. Selain itu, juga terdapat slogan dari Fuku Elektronik yang sesuai dengan permintaan mitra, yakni “Belanja Home Elektronik Aman & Nyaman? Hanya di Fuku Elektronik!”.

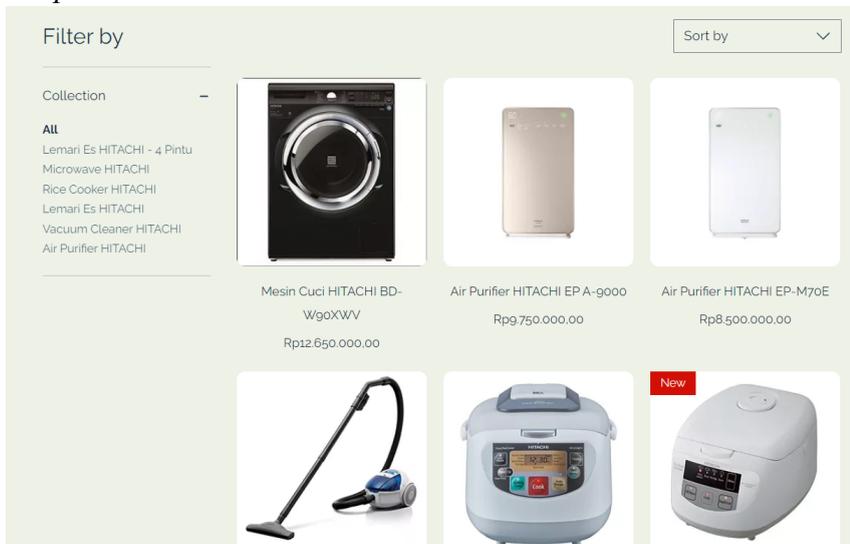


Selanjutnya, pengunjung *website* dapat *scroll down* dari bagian *header* dan melihat foto produk beserta harga produk yang ditampilkan dalam bentuk *slider gallery*. Gambar 4 menampilkan berbagai produk yang dijual pada toko Fuku Elektronik. Foto produk dapat ditekan untuk menampilkan deskripsi detail dari produk terkait. Pada halaman ini juga terdapat fitur *sorting* untuk mengurutkan produk berdasarkan harga atau urutan abjad nama barang.

Gambar 3.
Tampilan Header dan Slider Website Fuku Elektronik

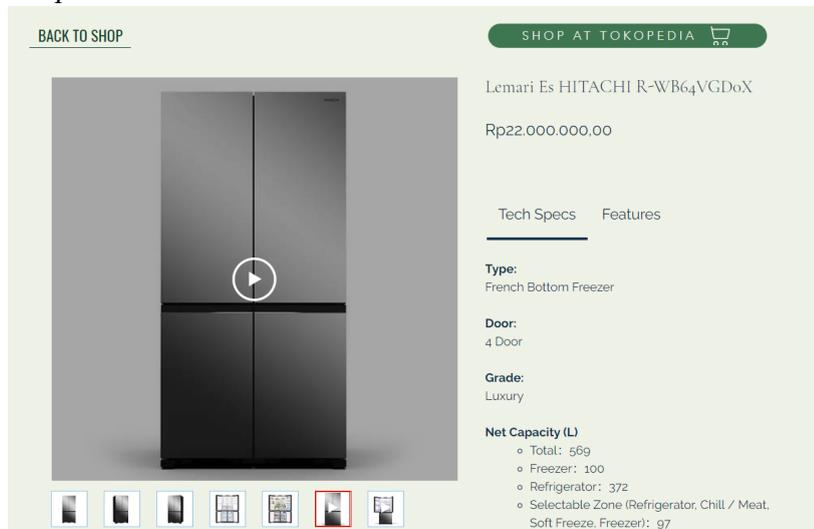


Gambar 4.
Tampilan Halaman Produk Fuku Elektronik



Gambar 5.

Tampilan Halaman Detail Salah Satu Produk Fuku Elektronik



Pada produk yang diklik, akan tampilkan spesifikasi dari barang tersebut lebih detail. Tampilan halaman detail produk dapat dilihat pada Gambar 5. Pada halaman ini juga terdapat tampilan *Tech Specs* produk secara lengkap dan juga fitur yang tersedia. Selain itu, juga terdapat foto dan video produk agar calon pembeli mendapat gambaran lebih jelas terhadap produk tersebut. Di bagian atas halaman tersebut terdapat tombol “*Back to Shop*” yang akan kembali ke halaman Shop, dan tombol “*Shop at Tokopedia*” yang akan membuka toko Fuku Elektronik di Tokopedia.

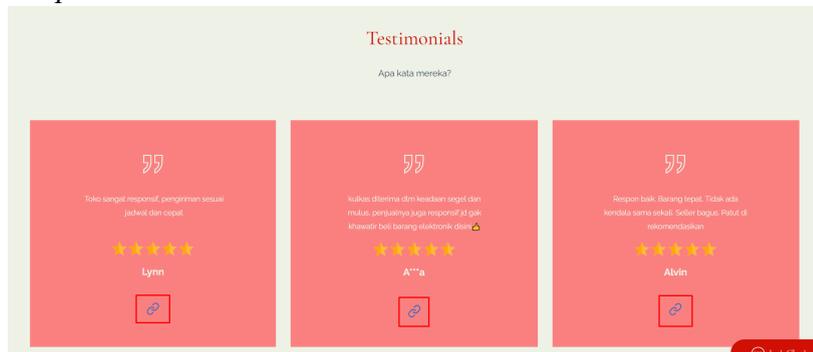
Selanjutnya terdapat halaman *Store Policies* seperti tertera pada Gambar 6 yang berisi daftar kebijakan yang berlaku pada toko Fuku Elektronik. Halaman ini sangat penting untuk dibaca dan diketahui oleh para calon pembeli, yaitu adanya tiga kebijakan yang dibuat oleh toko Fuku Elektronik. Tiga kebijakan tersebut adalah pembelian dan pembayaran (transaksi), *Warranty Disclaimer* (garansi), dan *Shipping Policy* (pengiriman).

Gambar 6.

Tampilan Halaman Store Policies Bagian Transaksi Fuku Elektronik



Gambar 7.
Tampilan Testimonial Jenis Pertama Fuku Elektronik



Gambar 8.
Tampilan Sekilas Fuku Elektronik



Halaman Testimonial merupakan menu yang berpengaruh pada tingkat penjualan toko. Halaman ini berisi testimoni dari para pembeli yang telah berhasil melakukan transaksi. Seluruh data testimoni ini diambil langsung dari Tokopedia. Tampilan pertama dapat dilihat pada Gambar 7. Testimoni tampilan pertama ini dibuat bagi para pembeli yang telah memberikan testimoni tetapi tidak memiliki foto profil. Adanya bintang yang diberikan pembeli yang merupakan penilaian asli. Logo tautan yang ditaruh pada setiap *card* testimoni akan dialihkan pada halaman detail produk yang dibeli.

Pada halaman *About*, seperti tertera pada Gambar 8 terdapat tampilan mengenai berbagai informasi profil toko Fuku Elektronik. Tampilan yang pertama merupakan tampilan sekilas dari Fuku Elektronik, yang menceritakan secara singkat mengenai sejarah berdirinya toko Fuku Elektronik. Selain itu, terdapat pula tampilan keunggulan dari toko Fuku Elektronik merupakan tampilan terakhir. Tampilan pada Gambar 9 berisi keunggulan dari toko Fuku Elektronik untuk meyakinkan calon pembeli mengapa harus berbelanja di Fuku Elektronik. Adanya empat keunggulan ini akan membuat calon pembeli tidak perlu khawatir saat melakukan transaksi.

Gambar 9.
Tampilan Poin-Poin Keunggulan Toko Fuku Elektronik



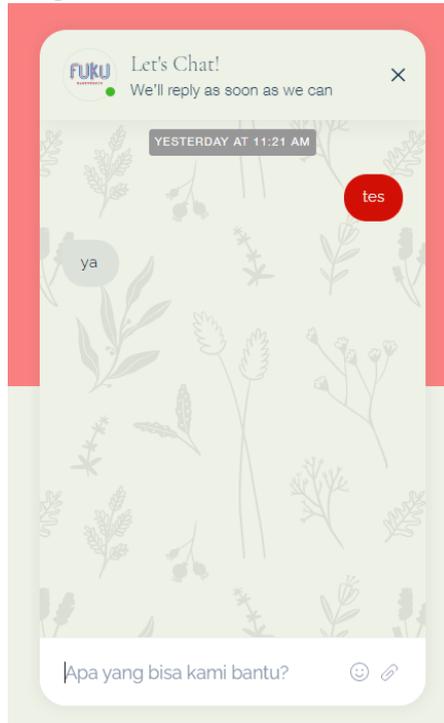
Gambar 10.
Tampilan Hubungi Kami Website Fuku Elektronik

The "Hubungi Kami" contact form is set against a red background. On the left, it provides the warehouse address: "Alamat Gudang: Jalan Pinangsia Raya, Pertokoan Glodok Plaza, Taman Sari, Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 11110" and notes that it does not handle in-store transactions. It lists contact methods: "fukuelektronik@gmail.com" and "0818893898 (Whatsapp)". On the right, there is a form with fields for "Nama Lengkap", "Email", "Nomor Telepon", "Judul", and "Pesan", each with a placeholder text. A "Submit" button is located at the bottom right. A cactus illustration is in the bottom left corner.

Pada tampilan berikutnya, para calon pembeli dapat menghubungi secara langsung menggunakan layanan "Hubungan Kami" seperti tertera pada Gambar 10. Halaman ini calon pembeli untuk bertanya mengenai produk yang dijual, cara pembayaran, masalah pengiriman, asuransi dan sebagainya. Terdapat pilihan-pilihan untuk menghubungi toko Fuku Elektronik. Piliannya yaitu melalui *e-mail*, whatsapp, atau langsung mengisi *form* di *website*. Informasi mengenai cara menghubungi dan juga alamat gudang sudah dicantumkan di bagian Hubungi Kami. Gambar 11 menampilkan fitur chat yang juga tersedia sebagai media komunikasi antara toko Fuku Elektronik dengan calon pembeli.

Gambar 11.

Tampilan Fitur Chat Elektronik



4. KESIMPULAN

Tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah mengembangkan *website e-commerce* bagi toko Fuku Elektronik sebagai media pemasaran secara digital. Luaran berupa produk *website* telah diuji dan disetujui oleh mitra untuk diimplementasikan. Secara umum staf pengelola toko Fuku Elektronik telah dapat menggunakan *website* dengan baik setelah mengikuti panduan. Saran untuk pengembangan berikutnya adalah integrasi sistem pencatatan stok barang dengan *website* yang dibangun.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada mitra Fuku Elektronik yang telah bersedia bekerja sama, menyediakan semua data yang dibutuhkan, beserta telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan memberikan saran selama proses pembuatan *website*. Serta terima kasih kepada LPPM Untar atas dukungan pendanaan kegiatan ini melalui Perjanjian Pelaksanaan Kegiatan PKM No: 1270-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2022.

REFERENSI

- Acharya, B., & Sahu, P. K. (2020). Software Development Life Cycle Models: A Review Paper. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, 11(12), 169–176. <https://doi.org/10.34218/IJARET.11.12.2020.019>
- Alridhani, D., & Persada, A. G. (2020). Implementasi Media Sosial dan E-commerce dalam Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Sayur dan Peternakan (Studi Kasus: Desa Sumberejo). *Prosiding Automata (Ajang Unjuk Tugas Akhir Oleh Mahasiswa Informatika)*, 1(2), 88–92.
- Kristiyanto, D. Y., & Suhartono, B. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Web Dinamis Untuk Pemasaran Tanaman Hias Bonsai Pada Paguyuban Sekarsari. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 26–38.

- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Levi, M., Palit, H. N., & Rostianingsih, S. (2020). Perbandingan Performa Tools Web Scraping pada Website dengan Data Statis dan Dinamis. *Jurnal Infra*, 8(2), 202–208.
- Mustofa, U., Zamzani, M. I., Rachma, I. W. N., Suprayetno, H., Al, M. A., Wati, S., Hanata, A., Matanari, B., Nugraha, M. R., & Fahmi, M. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Media Promosi Olahan Buah Salak Lokal di Karang Joang Balikpapan. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SEPAKAT)*, 2, 1–5.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *CAKRAWALA*, 10(2), 107–112.
- Susanto, A., & Asmira. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi Menggunakan Metode Web Engineering. *SIMKOM*, 2(3), 9–17. <https://doi.org/10.51717/simkom.v2i3.23>