



## Perancangan Digital marketing pada Unit Usaha Kopi CV. Rubath Jombang

*Erly Ekayanti Rosyida*<sup>1</sup>, *Sugianto*<sup>2</sup>, *Nuril Ahmad*<sup>3</sup>, *imaduddin Bahtiar Efendi*<sup>1</sup>, *Gita Rohma Utami*<sup>2</sup>, *Agil Aryanusa*<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Prodi Teknik Industri, Universitas Islam Majapahit, Mojokerto

<sup>2</sup> Prodi Teknik Informatika, Universitas Islam Majapahit, Mojokerto

<sup>3</sup> Prodi Teknologi Hasil Pertanian, Universitas Islam Majapahit, Mojokerto

### ARTICLE INFORMATION

Diajukan:  
Direvisi:  
Disetujui:

### KEYWORDS

Strategi, Digital Marketing, Kopi

### CORRESPONDENCE

Phone: +62 85732265133  
E-mail: sugik2007@gmail.com

### A B S T R A C T

Perkembangan Teknologi Informasi saat ini sangat cepat karena hampir sebagian besar kegiatan manusia memanfaatkan teknologi informasi salah satunya adalah pemasaran digital atau e-commerce. Pemasaran digital merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. Pemanfaatan teknologi internet dan digital menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM, termasuk CV. Rubath Kopi Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah website sebagai media promosi produk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan fokus pada CV. Rubath Kopi Jombang. UMKM merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia yang berperan sebagai penyumbang lapangan kerja dan kontributor dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik CV. Rubath Kopi Jombang dan analisis terhadap kebutuhan dan tujuan bisnisnya. Selain itu, dilakukan juga studi literatur terkait teknologi pengembangan website dan strategi pemasaran online untuk UMKM. Hasil dari penelitian ini adalah pembuatan sebuah website yang menampilkan informasi lengkap mengenai produk-produk kopi dari CV. Rubath Kopi Jombang, termasuk deskripsi, foto produk, harga, dan informasi kontak. Website ini juga didesain untuk memberikan pengalaman pengguna yang baik agar calon pelanggan dapat dengan mudah menavigasi dan mengakses informasi yang dibutuhkan. Dengan adanya platform ini, diharapkan UMKM dapat memperluas jaringan pelanggan dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi pemasaran online untuk UMKM lainnya yang ingin memanfaatkan potensi internet sebagai media promosi produk.

### PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi saat ini berkembang dengan cepat, hampir sebagian besar kegiatan manusia memanfaatkan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi memunculkan berbagai jenis kegiatan salah satunya adalah bisnis digital atau e-commerce yaitu penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. Seluruh komponen yang ada dalam perdagangan diaplikasikan ke dalam e-commerce seperti customer service, layanan produk, cara pembayaran dan cara promosi. Bisnis digital menjadi salah satu bidang dalam ekonomi yang diminati pada saat ini. Banyak perusahaan yang sedang melakukan transisi atau bahkan sudah beralih dari bisnis konvensional menjadi bisnis

digital. Hal ini dilakukan untuk memperluas market share perusahaan dalam bisnis mereka.

Perkembangan teknologi informasi dalam bidang perdagangan telah mengubah cara bisnis beroperasi. Masyarakat yang semakin banyak menggunakan internet sebagai sumber informasi dan berbelanja cenderung mendorong perusahaan untuk menciptakan website sebagai sarana untuk menjangkau pasar yang lebih luas, konsumen modern cenderung mencari informasi yang instan dan mudah diakses. Website dapat membantu perusahaan menjangkau calon pelanggan di berbagai daerah, bahkan secara global (Kusuma&Sulistyo, 2018; Safitri&Santoso, 2020; Hermawan&Wardana, 2018; Irmayani&Putri, 2021).

Saat ini CV Rubath telah menggunakan media sosial sebagai media pengenalan dan promosi produk, namun pemanfaatannya

masih belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari konten-konten yang disajikan pada media sosialnya kurang informatif dan terorganisir dengan baik. Oleh karena itu dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pembuatan website CV Rubath sebagai media pendukung pengenalan dan promosi produk, dan diharapkan dengan adanya website ini dapat membantu dalam menyajikan konten-konten yang lebih informatif dan tersampaikan dengan baik kepada konsumen. Dengan menggunakan website sebagai media promosi, CV Rubath dapat memperkuat merek mereka dan mengkomunikasikan nilai-nilai dan pesan mereka kepada masyarakat dengan cara yang konsisten dan menarik. Perilaku konsumen yang berubah seiring waktu dan masyarakat yang semakin mobile, menjadikan website menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan produk dan layanan di tengah preferensi konsumen yang berubah-ubah.

**METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu:

1. Melakukan pelatihan dan workshop kepada anggota CV Rubath tentang cara pembuatan, pengelolaan dan pemeliharaan website. Dalam pelatihan ini anggota CV Rubath dapat memahami langkah-langkah teknis dalam pembuatan website dan bagaimana mengelolanya secara efektif.
2. Membentuk tim kolaboratif yang terdiri dari mahasiswa dan dosen yang akan membantu dalam pembuatan website, serta bekerja sama dengan anggota CV Rubath untuk merancang dan mengimplementasikan website sesuai kebutuhan dan tujuan CV Rubath.
3. Melakukan wawancara, survei dan analisis kebutuhan untuk mengumpulkan informasi tentang CV Rubath, produk, dan target pasar yang akan diakses melalui website, informasi ini akan membantu dalam merancang konten dan fitur website yang relevan.
4. Merancang desain website yang menarik dan responsif, serta menghasilkan konten yang informatif dan menarik, termasuk deskripsi produk, dan informasi tentang perusahaan.
5. Melakukan pengembangan website menggunakan platform atau alat yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan CV Rubath.
6. Melakukan uji coba untuk memastikan bahwa website berfungsi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi perbaikan atau penyesuaian yang mungkin perlu dilakukan sebelum website di launching.
7. Pelatihan penggunaan website kepada anggota CV Rubath tentang tata cara penggunaan dan pengelolaan website, termasuk cara mengupdate konten, memantau kinerja dan berinteraksi dengan pelanggan melalui website.

Sementara untuk tahapan alur penggunaan website tersaji dalam Gambar 1. Penjelasan dari alur tersebut adalah sebagai berikut:

**1. Login Customer**

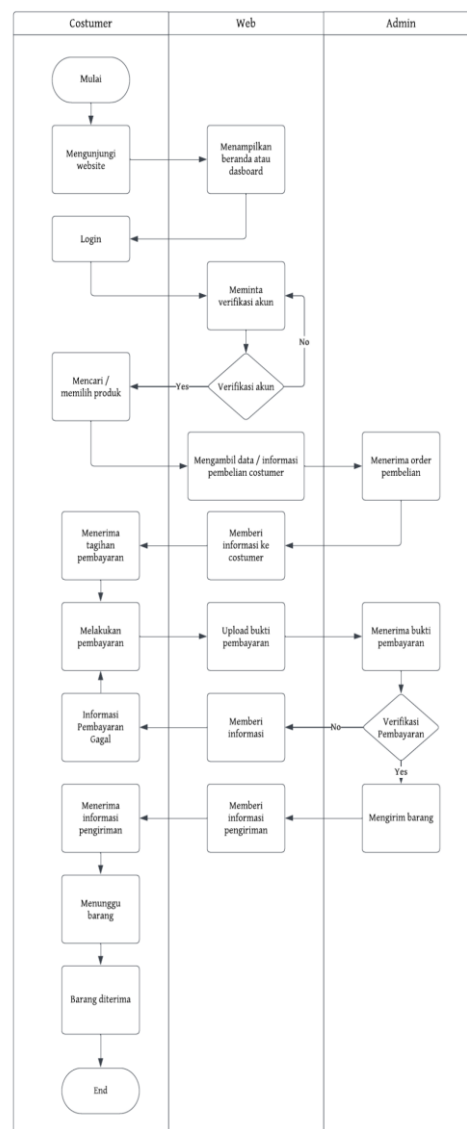
Pelanggan memasukkan kredensial login (email dan kata sandi) pada halaman login. kemudian sistem akan memverifikasi informasi login dan mengotentikasi pelanggan. Jika berhasil, pelanggan akan diizinkan masuk ke akun mereka.

**2. Beranda atau Dashboard Pelanggan**

Setelah berhasil login, pelanggan akan diarahkan ke beranda atau dashboard khusus pelanggan. Di sini, pelanggan dapat melihat informasi pribadi, riwayat pesanan sebelumnya, keranjang belanja, dan fitur lain yang relevan.

**3. Pilih Produk atau Layanan dan Tambahkan ke Keranjang**

Pelanggan menjelajahi katalog produk dan memilih produk yang ingin dibeli. Pelanggan dapat menambahkan produk ke keranjang belanja dengan menekan tombol "Add to Cart" di halaman produk.



**Gambar 1. Tahapan penggunaan Website**

**4. Keranjang Belanja**

Produk yang dipilih oleh pelanggan akan ditampilkan di halaman keranjang belanja. Di sini, pelanggan dapat melihat daftar produk yang telah mereka tambahkan, mengubah jumlah produk, menghapus produk dari keranjang, atau melanjutkan ke proses pembayaran.

**5. Proses Pembayaran**

Pelanggan melanjutkan ke proses pembayaran dengan menekan tombol "Checkout" pada halaman keranjang belanja. Kemudian pelanggan akan diminta untuk mengisi informasi pengiriman, memilih metode pembayaran, dan memberikan informasi pembayaran yang relevan.

**6. Verifikasi Pembayaran**

Setelah informasi pembayaran diterima, sistem akan memverifikasi pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan. Jika pembayaran berhasil diverifikasi, maka pesanan akan diteruskan ke tahap berikutnya.

**7. Proses Pesanan dan Pengurangan Stok Barang**

Setelah pembayaran berhasil diverifikasi, sistem akan memproses pesanan pelanggan. Proses ini mencakup pengurangan stok barang yang sesuai dengan jumlah produk yang dibeli oleh pelanggan. Stok barang yang ada di database akan dikurangi sesuai dengan jumlah produk yang berhasil dibeli.

**8. Pengiriman Barang**

Setelah proses pesanan selesai, produk yang dibeli akan dikemas dan dikirimkan ke alamat yang telah diberikan oleh pelanggan.

**9. Penerimaan Barang oleh Pelanggan**

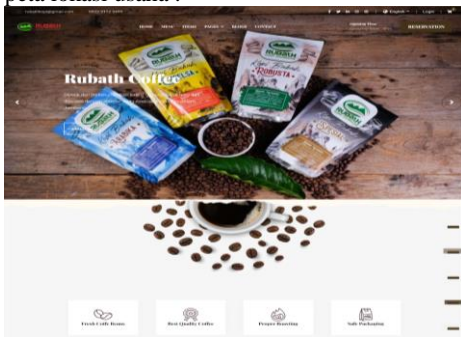
Pelanggan menerima barang yang telah dipesan dan dikirimkan. Pelanggan dapat memberikan umpan balik atau konfirmasi penerimaan barang jika mereka puas dengan produk yang diterima.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Fitur- fitur Website**

**- Navbar Home**

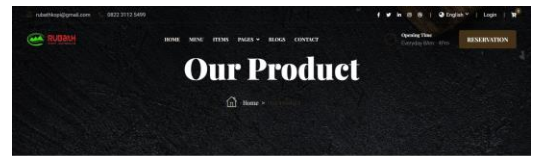
Menu Home ini menampilkan informasi yang dapat diakses oleh semua pengunjung. Informasi yang ditampilkan pada menu home ini antara lain banner atau gambar utama produk dari CV Rubath, sejarah singkat berdirinya CV Rubath, video profil, kontak yang bisa dihubungi, beberapa promo produk, artikel terbaru dan peta lokasi usaha .



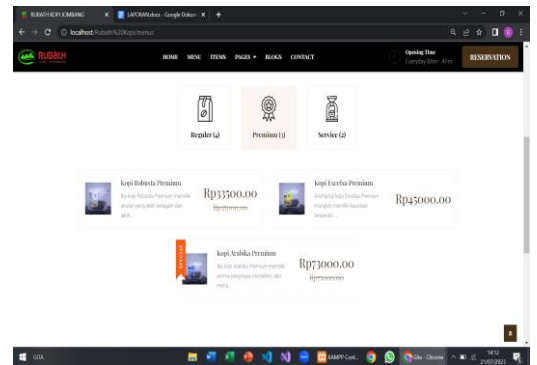
**Gambar 1. Menu Home**

**- Navbar Menu**

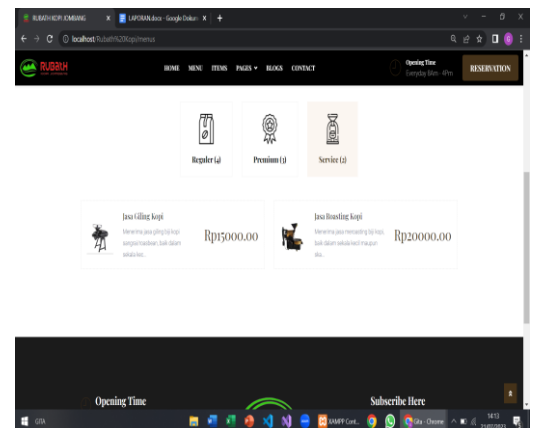
Navbar menu berisikan informasi mengenai produk apa saja yang dijual, dengan 3 opsi pilihan kategori, yaitu kategori reguler berisikan 4 produk , premium 3 produk dan service 2 produk.



**Gambar 2. Kategori Reguler**



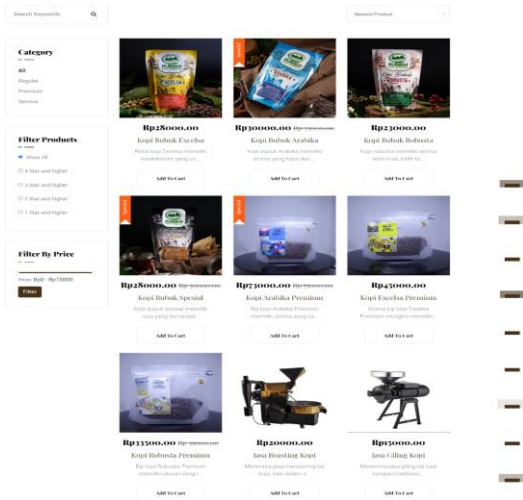
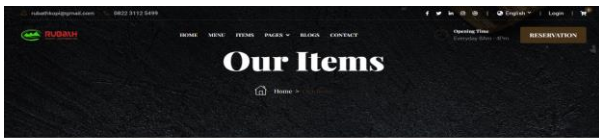
**Gambar 3. Kategori Premium**



**Gambar 4. Kategori Service**

**- Navbar Items**

Navbar items menampilkan produk yang dijual secara keseluruhan berbeda dengan navbar menu yang hanya menampilkan produk sesuai kategori yang ada, dalam menu item pengunjung website dapat mencari produk berdasarkan kata kunci pada box search, dan juga dapat memilah produk berdasarkan kategori, penilaian/rating, dan harga produk.



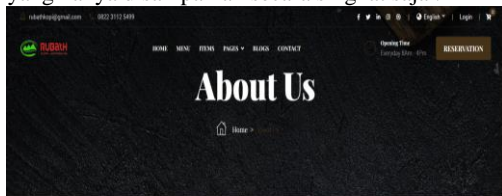
Gambar 5. Menu Items

- **Navbar Pages**

Dalam navbar pages terdapat 5 opsi menu yang dapat ditampilkan, yaitu sebagai berikut:

1. **Halaman About Us**

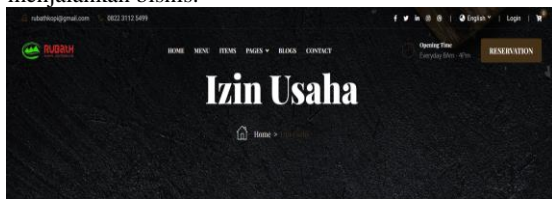
Halaman ini berisikan tentang sejarah terbentuknya CV Rubath Kopi Jombang secara rinci, berbeda dengan yang ditampilkan pada menu home yang hanya disampaikan secara singkat saja .



Gambar 6. Page About Us

2. **Halaman Izin Usaha**

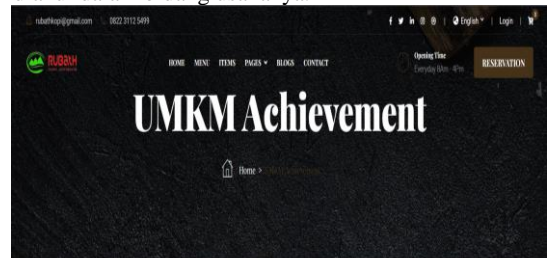
Halaman ini berisi tentang izin usaha dan sertifikat yang dimiliki oleh CV Rubath Kopi Jombang. Halaman ini bertujuan untuk memberikan keyakinan kepada pengunjung bahwa perusahaan beroperasi secara sah dan memenuhi persyaratan hukum untuk menjalankan bisnis.



Gambar 7. Pages Izin Usaha

3. **Halaman UMKM Achievement**

Halaman ini berisi mengenai prestasi, penghargaan atau pencapaian yang telah diraih oleh CV Rubath. Halaman ini bertujuan untuk memperlihatkan kepada pengunjung bahwa CV Rubath telah berhasil dan diakui dalam bidang usahanya.



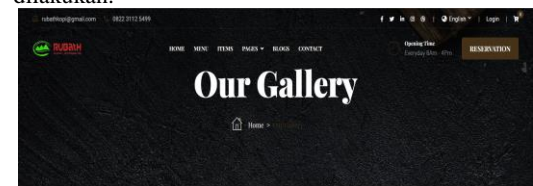
Prestasi yang telah dicapai Rubath Kopi Jombang :

1. Lulus Seleksi USA Bank Indonesia Pusat 2021 - 2022
2. Ekspor perdana Kopi Excellent Wonorejo ke Malaysia 2023
3. Menjadi Exhibitor di Event Fespaer on Java 2021-2022 ( Festival Ekonomi Spansh on Java )

Gambar 8. Page UMKM Achievement

4. **Halaman Our Gallery**

Halaman ini berisikan kumpulan foto kegiatan yang dilakukan oleh CV Rubath, tujuan dibuatnya halaman ini untuk memperlihatkan kepada pengunjung visualisasi dari apa yang telah dihasilkan atau dilakukan.

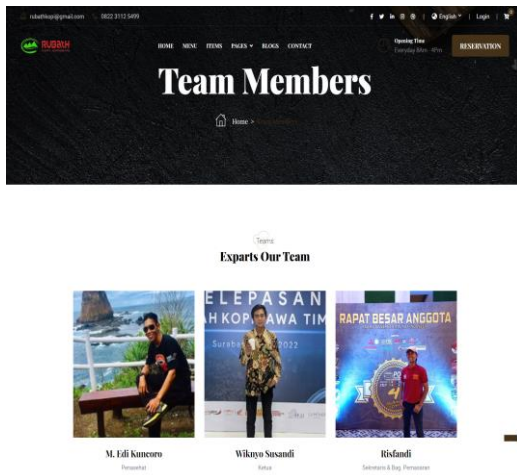


Gambar 9. Pages Our Gallery

5. **Halaman Team Members**

Halaman ini berisi informasi tentang para anggota tim atau karyawan yang bekerja di CV Rubath Kopi Jombang. Menampilkan foto dari masing-masing anggota tim beserta nama dan jabatan atau posisi mereka dalam perusahaan.

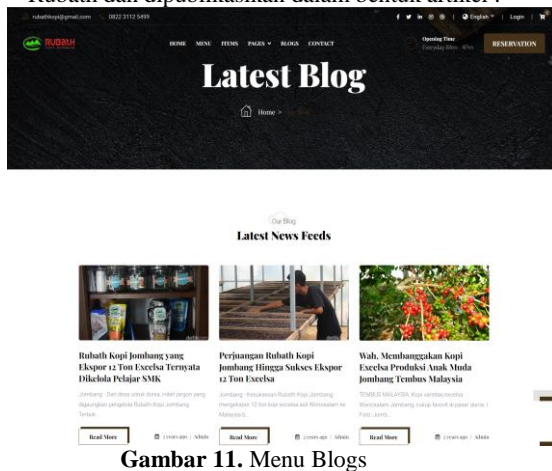




Gambar 10. Pages Team Member

- **Navbar Blogs**

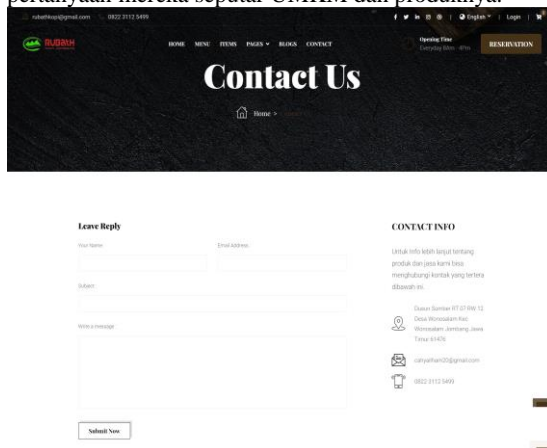
Navbar Blogs menampilkan tulisan mengenai beberapa kegiatan dan prestasi yang didapatkan CV. Rubath dan dipublikasikan dalam bentuk artikel.



Gambar 11. Menu Blogs

- **Navbar Contacts Us**

Navbar contact us menampilkan informasi kontak dan cara menghubungi pihak dari CV Rubath. Bagian ini juga berfungsi sebagai media interaksi dengan pengunjung atau pengguna dengan memberikan saran atau masukan, dan juga dapat mengajukan pertanyaan mereka seputar UMKM dan produknya.

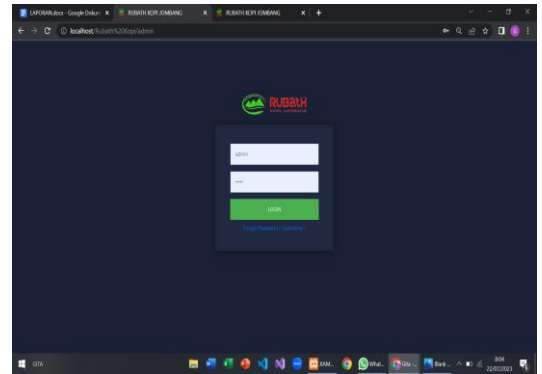


Gambar 12. Menu Contact

1.1.1. **2.3.2 Dashboard Admin**

Dashboard admin memiliki beberapa fungsi penting dalam pengelolaan website. Berikut adalah beberapa fungsi utama dari dashboard admin

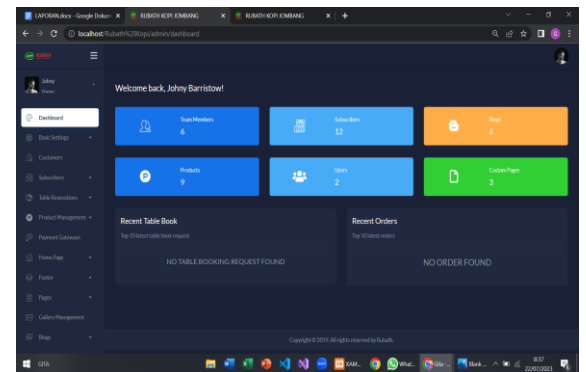
- **Login Admin**



Gambar 13. Login Admin

Admin memasukkan kredensial login (username dan kata sandi) pada halaman login admin. kemudian sistem akan memverifikasi informasi login dan mengotentikasi admin. Jika berhasil, admin diizinkan masuk ke dashboard admin.

- **Dashboard Admin**



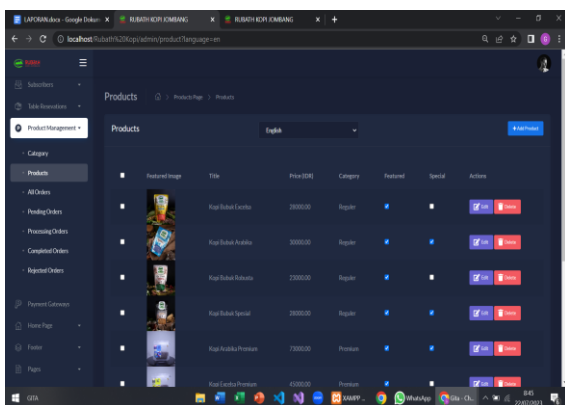
Gambar 14. Dashboard Admin

Setelah berhasil login, admin diarahkan ke dashboard admin yang merupakan halaman beranda khusus untuk admin. Di dashboard, admin dapat melihat ringkasan informasi penting seperti jumlah pesanan baru, stok produk, data pelanggan, dsb.

- **Product Management**

Pada bagian produk manajemen ini admin dapat melakukan 3 kegiatan utama yaitu mengelola produk, stok barang dan pesanan.

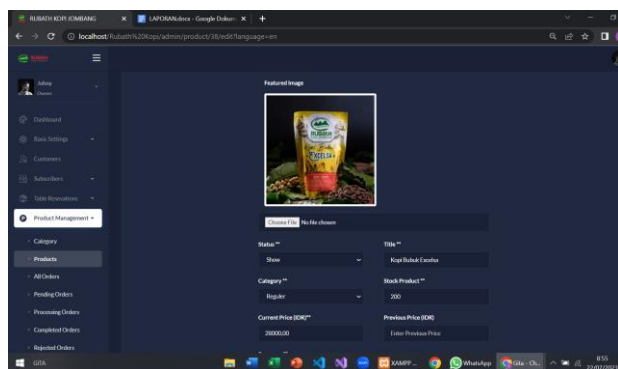
- **Managemen Produk**



Gambar 15. Product

Admin dapat menambahkan, mengedit, atau menghapus produk kopi yang ditawarkan di website. Pengelolaan produk mencakup informasi seperti nama produk, deskripsi, harga, gambar, dan kategori produk.

**Managemen Stok Barang**

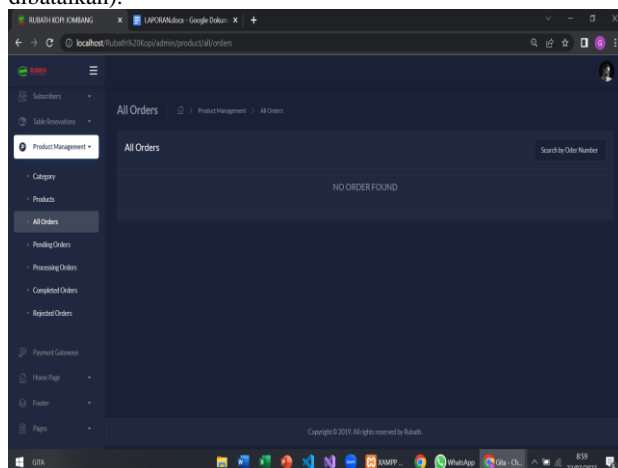


Gambar 16. Edit Product

Admin dapat melihat dan mengelola stok barang yang ada di website. Saat produk terjual, stok barang akan otomatis dikurangi berdasarkan jumlah produk yang dibeli oleh pelanggan. Admin juga dapat melakukan penyesuaian stok manual jika diperlukan, misalnya ketika menerima persediaan baru.

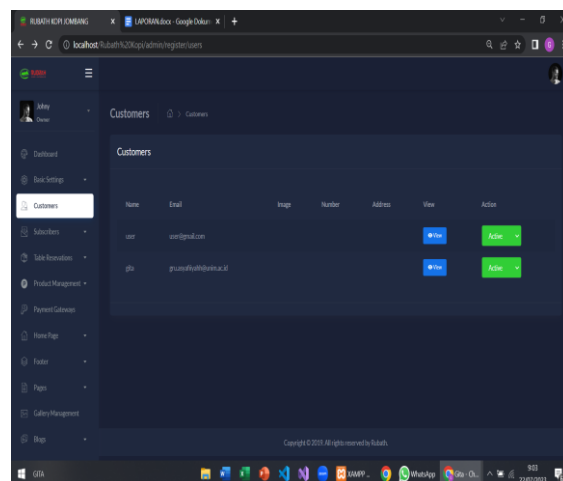
**Managemen Pesanan**

Admin dapat melihat dan mengelola pesanan dari pelanggan. Pesanan baru yang masuk akan muncul di daftar pesanan yang belum diproses. Admin dapat mengonfirmasi pesanan, memproses pembayaran, dan mengubah status pesanan (misalnya, dalam pengiriman, selesai, atau dibatalkan).



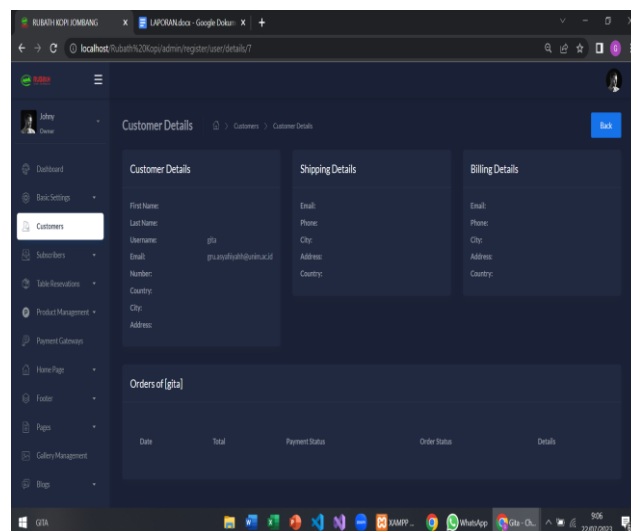
Gambar 17. All Order

**Managemen Pelanggan/Customers**



Gambar 18. Customer

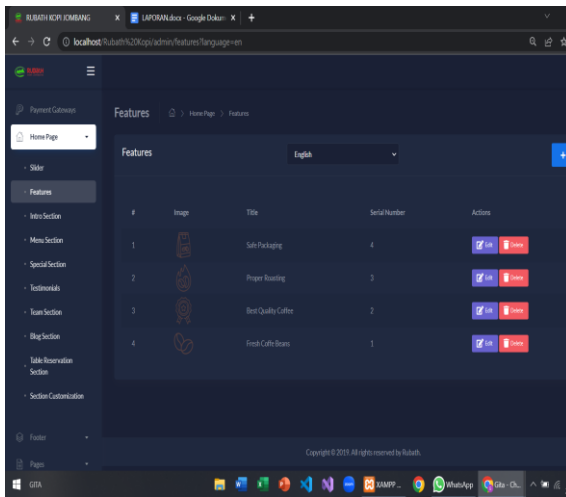
Pada bagian ini admin dapat mengakses informasi pelanggan yang telah mendaftar di website.



Gambar 19. Customer Detail

Pada bagian customer detail admin dapat melihat data pribadi pelanggan, riwayat pembelian, dan informasi kontak.

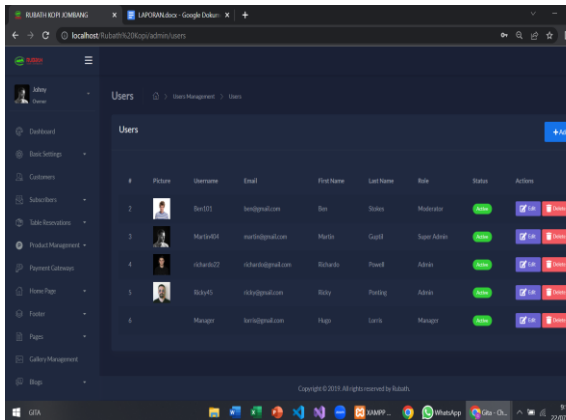
**Managemen Konten Website**



Gambar 20. Home Page

Pada bagian ini admin dapat mengelola konten website, termasuk halaman statis, blog, atau artikel tentang kopi. Admin dapat menambahkan atau mengedit konten untuk memastikan website tetap relevan dan up-to-date.

- **Managemen Pengguna Admin**



Gambar 21. Users

Jika website memiliki lebih dari satu admin, admin yang memiliki hak akses tertentu dapat mengelola pengguna admin lainnya. Admin dapat menambahkan, mengubah, atau menghapus hak akses admin lain sesuai dengan kebijakan keamanan website.

**SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan teknologi internet dan pembuatan website merupakan langkah yang tepat dan strategis bagi UMKM, termasuk CV. Rubath Kopi Jombang, untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing di era digital serta dapat mencapai pasar yang lebih luas.
2. Website yang didesain dengan baik dan memiliki navigasi yang mudah dipahami, akan memberikan pengalaman yang positif terhadap pengguna. Hal ini sangat penting dalam menarik minat calon konsumen untuk menjelajahi lebih lanjut produk yang ditawarkan oleh CV. Rubath Kopi Jombang.
3. Dengan adanya website, CV. Rubath Kopi Jombang dapat menyajikan informasi produk secara komprehensif, termasuk deskripsi, foto, dan harga produk. Ini membantu

calon pelanggan dalam membuat keputusan pembelian yang lebih informasional.

Untuk peluang pengembangan website pemasaran ini meliputi: perlunya menambahkan payment menggunakan e-wallet Indonesia.

**REFERENSI**

Kusuma, A. D., & Sulisty, B. (2018). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Brand Awareness: Studi Kasus pada UKM XYZ. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 7(2), 126-136.

Hermawan, A., & Wardhana, D. A. (2018). Pengaruh Penerapan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus pada CV. ABC Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 45-56.

Irmayani, E., & Putri, A. A. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Salah Satu Taktik Pemasaran Digital pada UKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 123-134.

Safitri, R., & Santoso, D. (2020). Analisis Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Kasus pada CV. XYZ Malang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 189-200.

BSN (Badan Standarisasi Nasional). (2009). SNI 2725.3.2009. *Ikan Asap - Bagian 3: Penanganan dan Pengolahan*. Jakarta.