

Website Sebagai Media Promosi Untuk Memasarkan Produk Industri Kreatif

Rita Wahyuni Arifin ^{1,*}

¹ Manajemen Informatika, STMIK Bina Insani; Jl. Siliwangi No. 6 Rawa Panjang
Bekasi Barat, Telp/Fax.021-88958130/021-82400924/021-8853574;
e-mail: ritawahyuni@binainsani.ac.id

* Korespondensi: ritawahyuni@binainsani.ac.id

Diterima: 07 November 2016 ; Review: 14 November 2016 ; Disetujui: 21 November 2016

Cara sitasi: Arifin RW. 2016. Teknologi Informasi Berbasis Web Sebagai Media Promosi Dalam Kewirausahaan Di Bidang Industri Kreatif. Information Management For Educators And Professionals. 1 (1): 77-85.

Abstrak: Berdasarkan data dari Biro Pusat Statistik bahwa pada Februari 2016 jumlah pengangguran meningkat sampai 7,02 juta jiwa. Untuk melaksanakan kewajiban tersebut, maka pemerintah lewat instansi terkait telah melakukan upaya-upaya untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Salah satu bentuk penyelesaian dari masalah pengangguran adalah memberdayakan industri ekonomi kreatif yang ada dikalangan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif. Dimana penulis hanya menganalisis fenomena pemanfaatan website sebagai media promosi bagi industri kreatif dengan kelebihan dan kekurangannya. Dalam tulisan ini penulis menjelaskan lima (5) situs online yaitu (craftonline, qlapa, bukalapak, tokopedia, wordpress.com) yang dapat menjadi referensi dalam memasarkan produk-produk industri kreatif. Dimana pengguna internet dapat menggunakan situs online tersebut untuk menjual produk atau bahkan membeli produk-produk industri kreatif. Harapannya TIK dalam berperan strategis untuk menciptakan perubahan sosial menuju masyarakat yang lebih produktif, inovatif, kreatif.

Kata kunci: *Industri Kreatif, Online, Website*

Abstract: *Based on data from the Central Bureau of Statistics that in February 2016 the number of unemployed increased to 7.02 million. To carry out this obligation, then government through relevant agencies have made efforts to address these problems. One form of settlement of the problem of unemployment is to empower the creative economy industry that exist among the community. The method used in this paper is the descriptive method. Where the author only analyzes the phenomenon of the use of the website as a promotional medium for the creative industry with its advantages and disadvantages. In this paper the author describes five (5) that the online site (craftonline, qlapa, bukalapak, Tokopedia, wordpress.com) that can become a reference in marketing the products of the creative industry. Where internet users can use these online sites to sell products or even buy the products of the creative industry. The hope of ICT in a strategic role to create social change towards a more productive, innovative, creative.*

Keywords: *Creative Industries, Online, Website.*

1. Pendahuluan

Menurut Suryamin selaku Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) yang pernyataannya penulis kutip dari www.tempo.co beliau mengatakan pada Februari 2016 tingkat pengangguran mencapai 7,02 juta orang atau 5,5 persen. Berdasarkan data dari BPS juga bahwa tingkat pengangguran tertinggi adalah lulusan sekolah menengah kejuruan dimana prosentasenya menjadi 9,84% naik 9.05%. Berkaca dari masalah tersebut membuat kita menjadi miris bahwa

jumlah pengangguran meningkat pada usia-usia yang produktif. Dengan meningkatnya jumlah pengangguran maka akan memicu permasalahan social seperti kekerasan, pencurian, pemakaian zat terlarang, untuk mengatasi masalah tersebut maka pemerintah berusaha untuk memecahkan persoalan.

Presiden Jokowi pernah mengatakan bahwa salah satu program pemerintahannya adalah dengan memberdayakan industri ekonomi kreatif yang ada dikalangan masyarakat. Ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, melahirkan kondisi bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif pada suatu bangsa. Melalui perkembangan Teknologi Informasi terdapat banyak peluang untuk mengembangkan usaha dengan pemanfaatan internet. Pada era ekonomi digital, teknologi internet yang telah ada digunakan untuk menjalin kerjasama dengan customer atau mitra bisnis yang biasa disebut dengan e-commerce sehingga para pelaku industri besar maupun kecil dapat berlomba memanfaatkan internet untuk mempromosikan produk mereka.

Menurut Prihatna (2005:36) e-commerce mulai berkembang di Indonesia sekitar tahun 2000 dan menjadi tren hingga saat ini. Menurut Baum dalam Purbo (2000:2) menyebutkan bahwa eCommerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Menurut Henky Prihatna (2005:36) e-commerce berupa situs web yang menyediakan pelayanan dan transaksi yang dapat dilakukan secara online yaitu dimanapun, kapanpun, dan lebih cepat.

Menurut Prihatna (2005:37) secara global urutan transaksi yang dilakukan e-commerce yaitu:

1. *Find it* : yaitu mencari jenis produk atau barang yang ingin dibeli.
2. *Explore it*: yaitu mempelajari dengan baik spesifikasi barang yang akan dibeli.
3. *Select it*: Menyimpan barang yang akan dipilih untuk dibeli kedalam *shopping cart*.
4. *Buy it*: Memproses transaksi pembayaran
5. *Ship it*: Mengakhiri proses transaksi atau transaksi sudah berhasil kemudian dilakukan proses pengiriman barang.

Menurut Simarmata (2006) bahwa salah satu unsur yang paling sering digunakan dari Internet selain fasilitas e-mail adalah *World Wide Web*. Saat ini lebih banyak dikenal dengan sebutan *www* atau *web* atau *website*. Menurut Simarmata (2006) Web adalah sebuah system dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, suara, yang tersimpan dalam sebuah server web internet yang disajikan dalam bentuk hiperteks.

Menurut Departemen Perdagangan RI dalam Suryana (2013,96) industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan individu.

Tabel 1. Jenis-Jenis Industri Kreatif

15 Jenis Industri Kreatif		
1. Periklanan (advertising)	1. Fesyen (fashion)	1. Penerbitan dan Percetakan
2. Arsitektur	2. Video, Film dan Fotografi	2. Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software)
3. Pasar Barang Seni	3. Permainan Interaktif (game)	3. Televisi & Radio (broadcasting)
4. Kerajinan (craft)	4. Musik:	4. Riset dan Pengembangan (R&D)
5. Desain	5. Seni Pertunjukan (showbiz)	5. Kuliner

Sumber: <http://silontong.com/2014/06/16/pengertian-dan-15-jenis-ekonomi-kreatif-di-indonesia/>

Dalam bauran pemasaran terdapat 4P yang dilakukan agar produk yang dijual dikenal dan disukai oleh pembeli, yaitu *Product, Place, Price dan Promotion*. Menurut Kismono (2001 : 374), definisi promosi adalah usaha yang dilakukan pasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran. Sedang menurut Madura (2001: 157), promosi adalah tindakan menginformasikan atau mengingatkan tentang spesifikasi produk atau merek. Tujuan dari sebuah promosi adalah memasarkan produknya kepada masyarakat luas dengan berbagai macam cara. Dengan perkembangan Teknologi Informasi kegiatan promosi dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet pengusaha dapat memasarkan

produknya tanpa batas. Harapannya melalui kegiatan promosi masyarakat dapat mengetahui suatu produk yang dihasilkan dari industri kreatif sehingga dapat meningkatkan taraf kehidupan yang jauh lebih baik.

Menurut Indah dan Yulianto (2011) menjelaskan bahwa Desa Gawang berada di sebelah timur kota Pacitan, dan mayoritas pekerjaan penduduknya adalah bertani dan berdagang. Untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran lingkungan masyarakat membentuk (PIDRA). Dalam mempromosikan produk hasil usahanya masyarakat masih menggunakan cara manual yaitu harus bertatap muka dalam melakukan penjualan. Untuk mendukung kemajuan penjualan produk masyarakat maka dibuatkanlah sebuah website sebagai media untuk mempromosikan produknya. Website yang dirancang menggunakan wordpress.

Menurut Handayani dan Purnama (2013) menjelaskan bahwa Latar belakang penulis membuat jurnal ini adalah ketika penulis melakukan wawancara dengan pihak distro Java Trend diketahui masalah transaksi penjualan menggunakan media komunikasi BBM atau media social facebook lalu dicatat manual ke buku, sehingga berisiko akan hilangnya data, berdasarkan masalah tersebut maka dibuatkannya lah sebuah website yang akan membantu proses jual beli secara online dan membantu konsumen dalam melakukan pembelian hingga pengiriman barang. Website yang dirancang menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan database mysql.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif. Dimana penulis hanya menganalisis fenomena pemanfaatan website sebagai media promosi bagi industri kreatif beserta kelebihan dan kekurangan dari website yang dapat dijadikan sebagai media promosi. Menurut Sugiyono (2009:21) metode deskriptif adalah “Metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

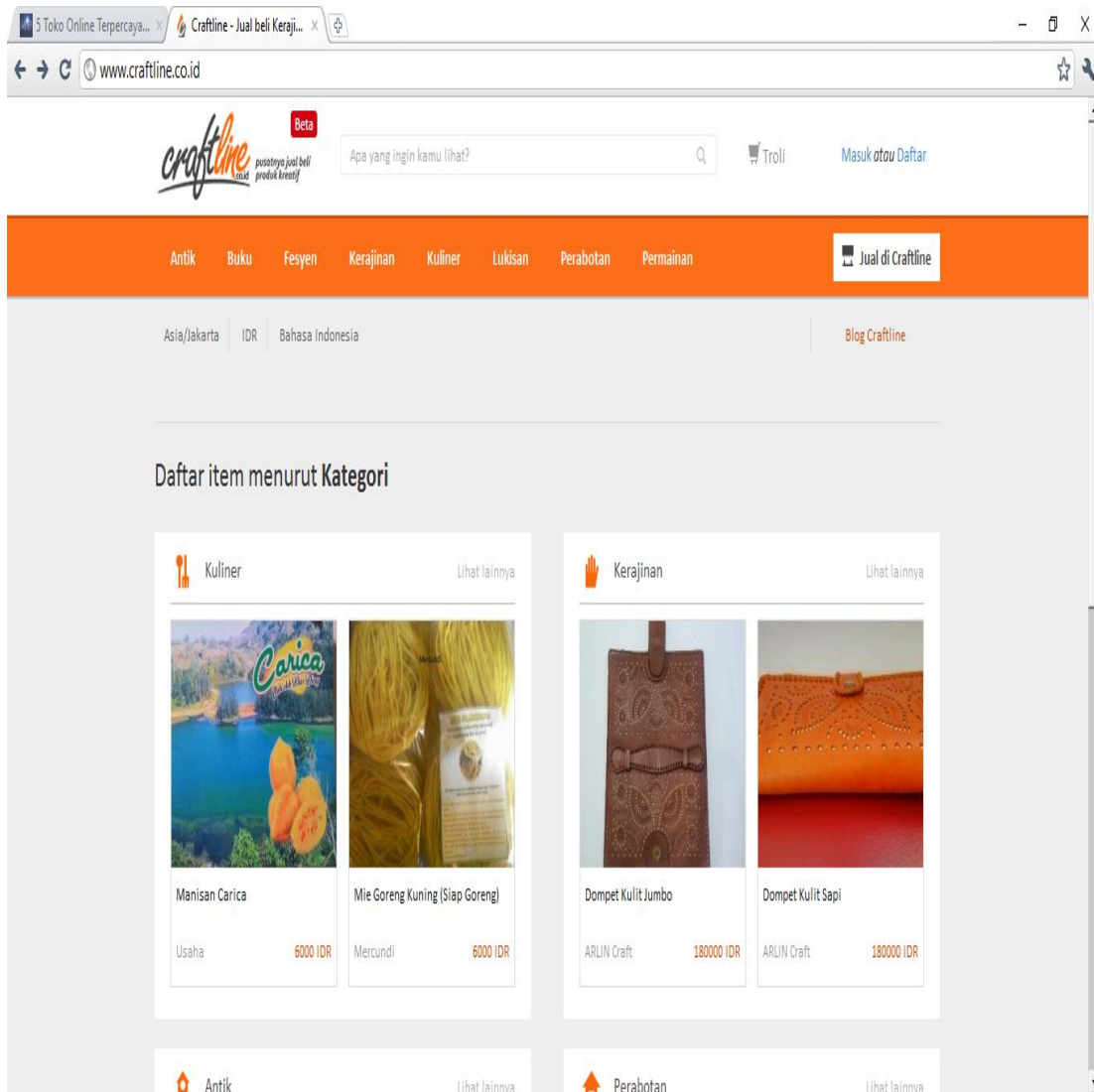
3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uraian tersebut maka penulis mencoba mendeskripsikan bahwa salah satu cara yang ada dalam mengurangi tingkat pengangguran adalah menjadi pengusaha dalam memberdayakan usaha atau ekonomi kreatif yang ada dikalangan masyarakat. Agar usaha kreatif masyarakat dapat dikenal luas maka diperlukan sebuah media dalam mempromosikan usaha kreatifnya.

Masyarakat dapat membangun atau merancang sendiri websitenya dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP, HTML atau java script. Atau masyarakat dapat juga menggunakan website-website yang sudah ada dengan mendaftar atau menjadi member pada website-website yang berorientasi kepada transaksi e-commerce. Dengan perkembangan teknologi informasi menyebabkan bermunculannya media jejaring social seperti (*facebook, twitter, blog, path, instagram*) yang tengah fenomenal saat ini akan membentuk suatu lubang baru yang sangat efektif untuk dimanfaatkan dalam membangun jaringan atau memperluas pasar. Dalam tulisan ini penulis menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari lima (5) situs online yang dapat menjadi referensi dalam memasarkan produk-produk industri kreatif.

a. <http://www.craftline.co.id/>

Craftline.co.id adalah termasuk kategori website jual beli produk kreatif yang menjadi tempat bagi pelaku industri kreatif untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan menjual seluruh jasa atau produk kreatifnya kepada pasar di seluruh Indonesia bahkan dunia. Keunggulan dari website Craftline adalah mempunyai fasilitas promosi secara realtime, metode pembayaran yang beragam, memiliki blog yang berisi kegiatan seni berupa info-info pameran industri kreatif. Melalui fasilitas info-info pameran pengguna mendapatkan informasi tempat dan waktu pelaksanaan pameran. Pengguna internet dapat menemukan berbagai macam produk kreatif mulai dari pakaian, makanan, kerajinan, serta untuk pencinta barang antik website inilah tempatnya. Kelemahan dari website ini barang yang dijual dalam seri yang terbatas jadi jika ingin membeli harus selalu mengupdate informasi melalui website tersebut. Bagi pemilik usaha kreatif yang ingin memasarkan produk-produknya dapat segera bergabung pada website online craftline. Tagline dari website nya adalah “Pusatnya jual beli industri kreatif”.

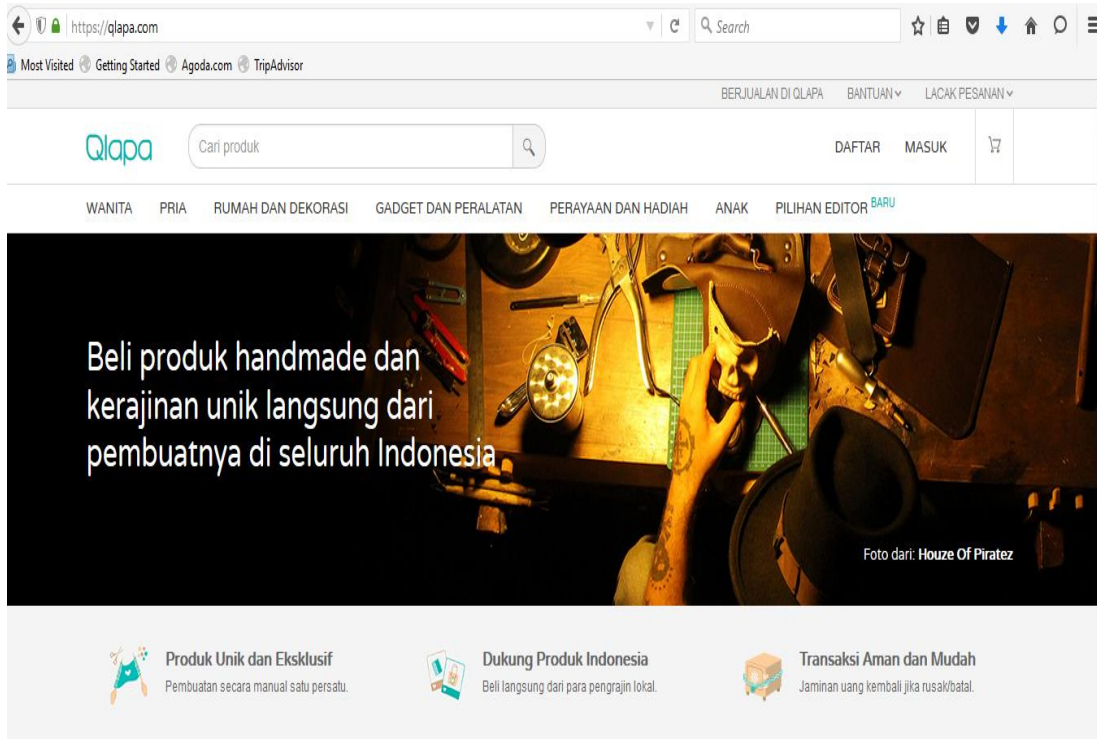


Sumber: <http://www.craftline.co.id/>

Gambar 1. Tampilan homepage dari situs www.craftline.co.id

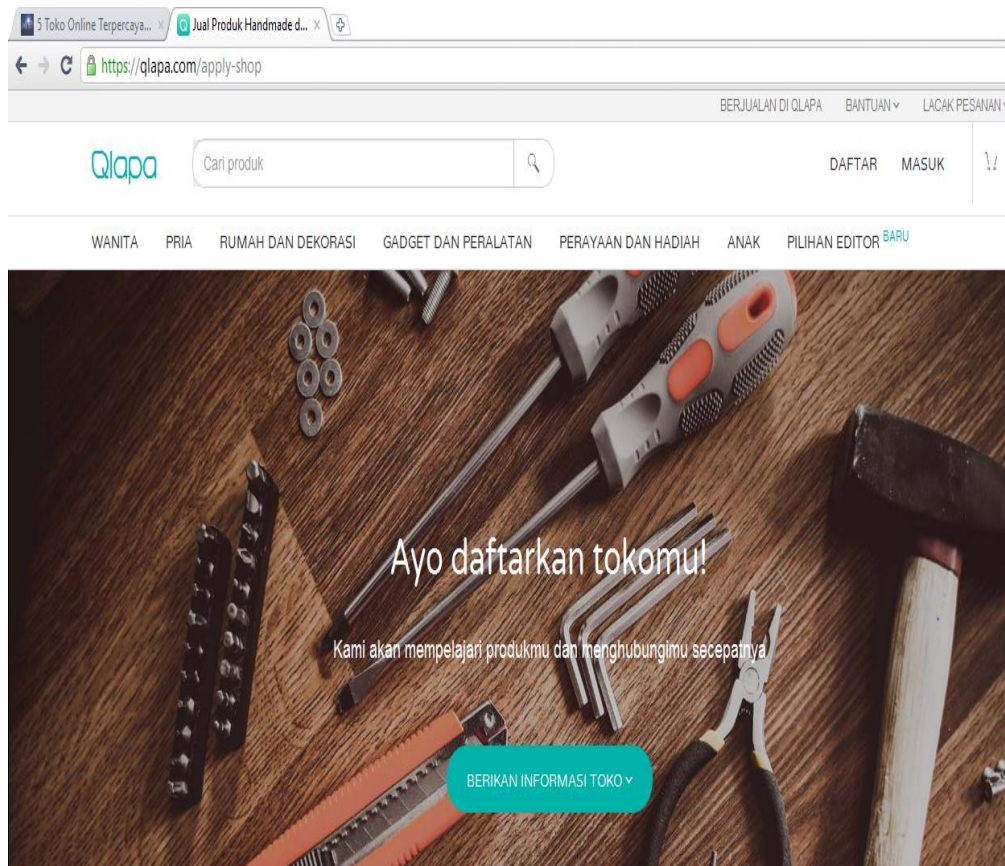
b. <https://qlapa.com/>

Qlapa adalah suatu website yang menjual barang kerajinan tangan unik untuk wanita, anak, pria, gadget dan aksesoris perabotan rumah. Produk yang dijual adalah barang kerajinan tangan yang unik seperti aksesoris, sepatu kulit, tas kulit, dompet kulit, hiasan dinding dan gantungan pajangan lainnya. Salah satu mimpi dari founder Qlapa yaitu Benny dan Frans adalah suatu saat nanti dapat memperkenalkan kreativitas lokal budaya bangsa Indonesia tidak hanya di Indonesia tapi juga sampai mancanegara melalui internet. Situs ini menyediakan halaman jika pengguna internet ingin tergabung dalam komunitas dan ingin memasarkan produknya bisa mendaftarkan produknya disitus tersebut secara langsung. Selain itu situs ini menyediakan berbagai macam metode pembayaran dan pengiriman produk kerajinan tangan ke seluruh Indonesia. Keunggulan dari website ini adalah produk yang dijual adalah produk yang unik dan eksklusif, pembeli membeli langsung produknya kepenjual aslinya tanpa perantara, website ini menyediakan fasilitas penukaran produk jika produk yang dibeli mengalami kecacatan. Tampilan websitenya sangat user friendly dan dapat dimengerti oleh pengguna internet. Kelemahannya jumlah stok barang yang ditawarkan terbatas.



Sumber: <https://qlapa.com/about>

Gambar 2. Tampilan Homepage dari situs www.qlapa.com

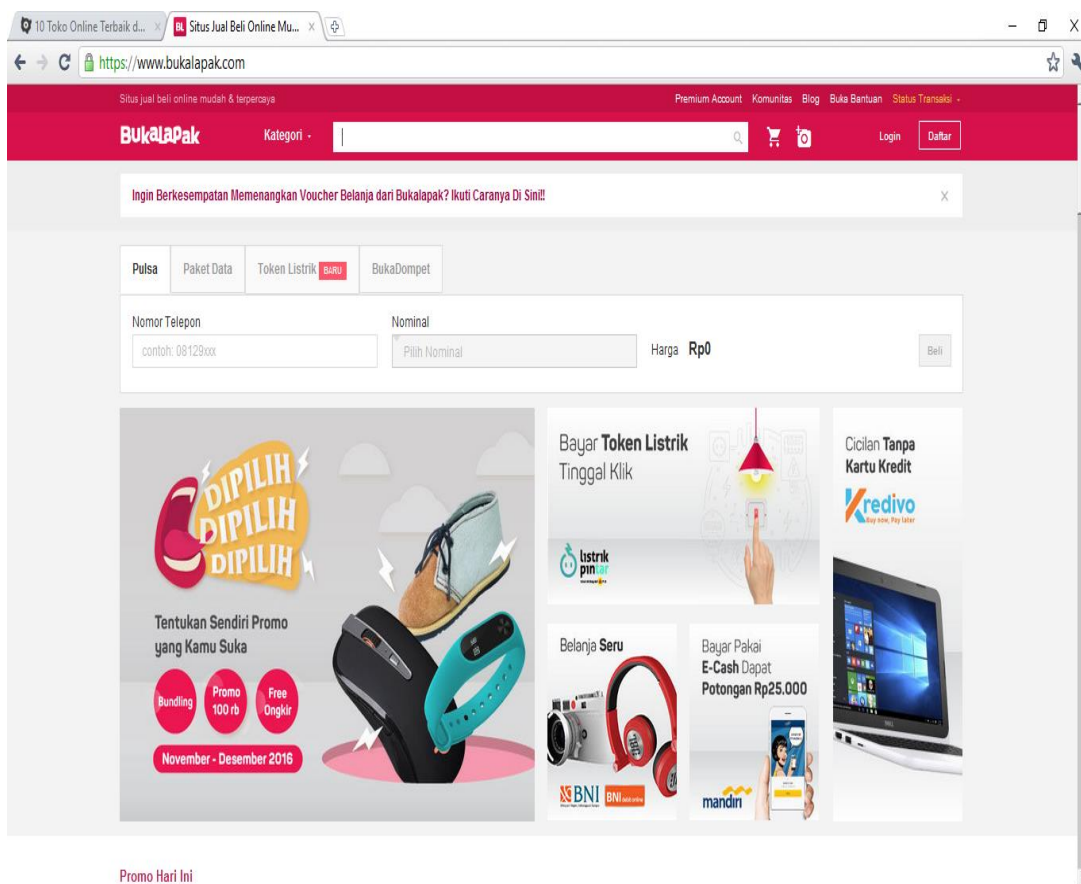


Sumber: <https://qlapa.com/apply-shop>

Gambar 3. Tampilan Homepage mendaftarkan toko dari situs www.qlapa.com

c. <https://www.bukalapak.com/>

Bukalapak adalah sebuah website yang menyediakan semua kebutuhan pengguna mulai dari kebutuhan bayi sampai kebutuhan orang dewasa. Visi dan misinya "Memberdayakan UKM yang ada di seluruh penjuru Indonesia" dapat menjadi indikator bahwa website tersebut menjadi pelopor dalam memajukan industri kreatif. Bukalapak memiliki slogan "jual-beli online mudah dan terpercaya" karena Bukalapak memberikan jaminan 100% uang kembali jika barang tidak dikirimkan oleh pelapak. Keuntungan dari Bukalapak.com adalah dalam halaman websitenya menyediakan konten system payment transaksi online secara aman, content metode cara pembayaran, *costumer service* yang responsif, menyediakan berbagai jasa pengiriman, terdapat 6 keuntungan menjadi pelapak, dan kemudahan akses website secara mobile. Tampilan dari websitenya *userfriendly* dan mudah digunakan sekalipun sebagai orang baru didunia internet. Kelemahan dari websitenya adalah tampilan homepagenya sangat penuh dengan berbagai produk dan content sehingga jika user baru ingin melakukan transaksi sebaiknya jangan lupa memeriksa ulasan produk dari costumernya sehingga dapat menjadi referensi apakah pelapaknya bagus atau tidak.

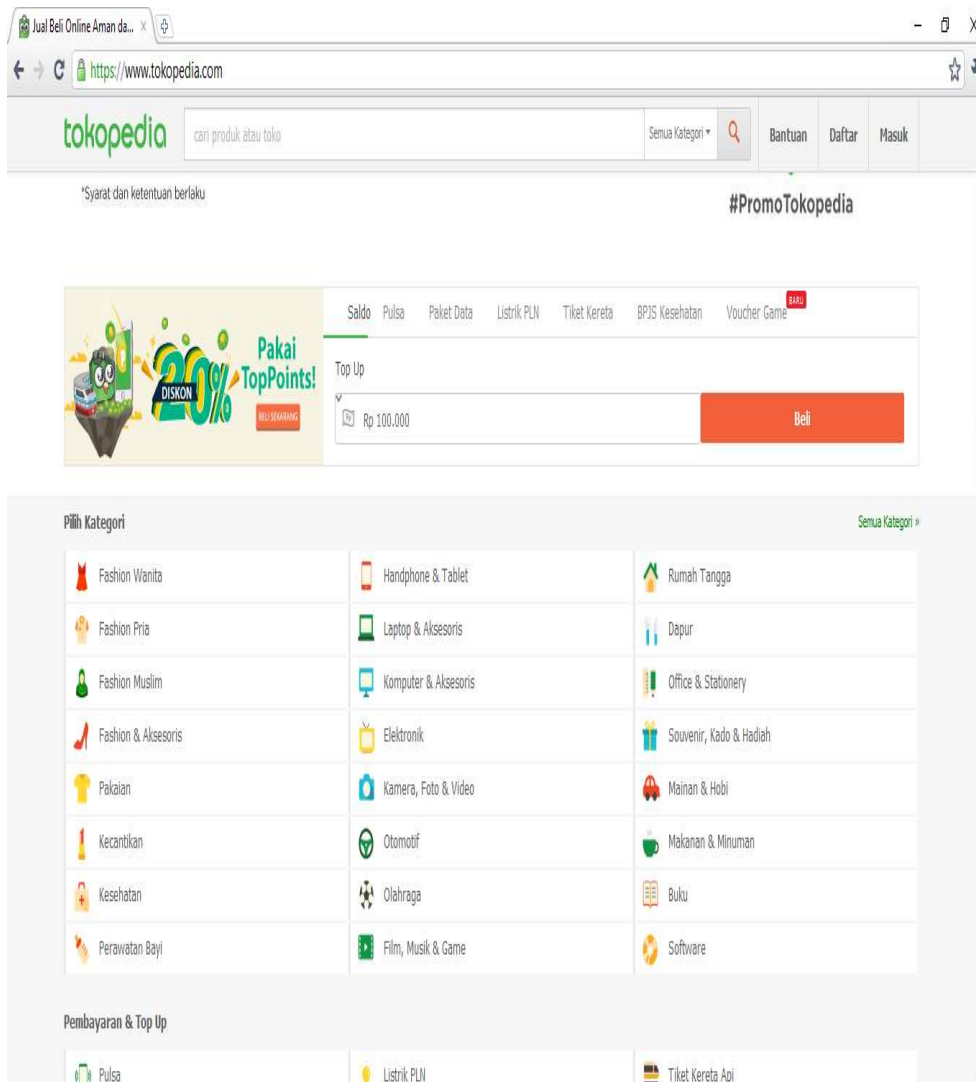


Sumber: <https://www.bukalapak.com/>

Gambar 4. Tampilan Homepage mendaftarkan toko dari situs www.bukalapak.com

d. <https://www.tokopedia.com/>

Tokopedia memiliki program untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara online. Tokopedia.com adalah sebuah website yang berkonsep "marketplace" yaitu semua ada disini dalam satu tempat, pembeli tidak perlu jauh-jauh datang ke toko tinggal duduk manis depan laptop, mencari barang yang dimaksud, pilih dan lakukan pembayaran. Layanan Tokopedia juga secara tidak langsung bertanggung jawab untuk penciptaan ribuan lapangan kerja baru melalui keberhasilan tumbuh dari pedagang ditokopedia, yang sering menjadi dampak positif dengan memberikan lowongan pekerjaan langsung pada mereka di masyarakat. Tampilan homepage dari tokopedia sangat menarik dan *userfriendly*.



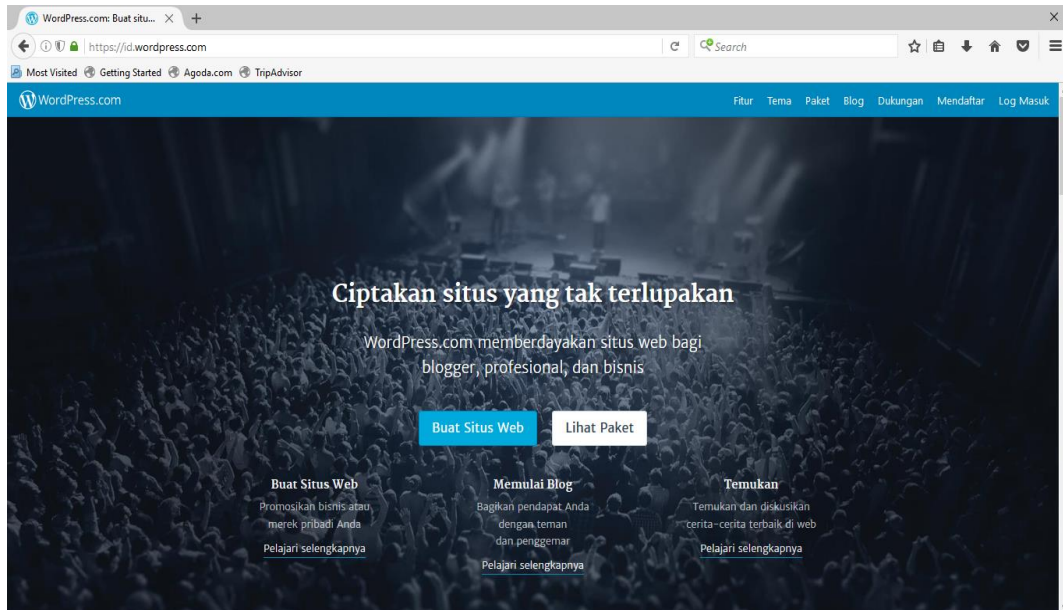
Sumber: <https://www.tokopedia.com/>

Gambar 5. Tampilan Homepage mendaftarkan toko dari situs <https://www.tokopedia.com/>

e. <https://id.wordpress.com/>

Selain menggunakan website-website yang sudah jadi kita juga bisa membuat website dengan versi dan selera kita sendiri, hal tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan template website yang banyak tersedia diinternet contoh seperti wordpress dan blogger. Pada tulisan ini penulis memilih wordpress sebagai salah satu alternative website yang dapat digunakan sebagai media dalam mempromosikan produk-produk kreatif yang kita miliki.

Dengan membuat situs diwordpress kita dapat memkostumisasi tampilan sesuai dengan selera kita sendiri. Keuntungan menggunakan halaman wordpress adalah mudah digunakan sekalipun bagi orang baru "newbie", dapat menggunakan nama domain nama sendiri, mudah digunakan bersama SEO untuk mengangkat website ke posisi teratas pada mesin pencari seperti google, Bing dan Yahoo, dalam wordpress para engineernya siap membantu kita apabila kita ingin berkomunikasi dengan mereka, wordpress menyediakan paket premium jika kita ingin menambahkan kapasitas penyimpanan dan kebebasan mengontrol lebih besar. Sedangkan kelemahannya jika kita ingin menambah kapasitas penyimpanan maka sebaiknya menggunakan paket yang disediakan oleh worpress yaitu mulai dari paket pribadi, paket premium dan paket bisnis.



Sumber: <https://id.wordpress.com/>

Gambar 6. Tampilan Homepage membuat situs web pada <https://id.wordpress.com/>

4. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan tersebut penulis menyimpulkan beberapa hal mengenai website sebagai media promosi, yaitu:

- Teknologi internet yang telah ada digunakan untuk menjalin kerjasama dengan customer atau mitra bisnis sehingga para pelaku industri besar maupun kecil dapat berlomba memanfaatkan internet untuk mempromosikan produk mereka.
- Dari kelima website yang dijelaskan dalam tulisan ini merupakan bentuk website yang berorientasi tidak hanya menjual barang tapi juga dapat menjadi media bagi pengguna lain untuk memasarkan produknya.
- Kemudahan dalam menggunakan fitur dan isi content yang *userfriendly* dapat menjadikan pengguna memilih website tersebut sebagai media dalam mempromosikan produk kreatifnya.
- Tersedianya website yang *userfriendly* dapat menjadi perantara atau media bagi *user* baru (*newbie*) dalam berwirausaha produk kreatif.

Saran dari penulis mengenai pengembangan dari penelitian ini adalah membuat rancangan sebuah aplikasi yang berbasis *mobile* sehingga pengguna dapat mengakses produk yang mereka beli atau jual (promosi) tanpa menggunakan PC atau laptop tapi bisa diakses melalui *smartphone*.

Referensi

- Admin. 2016. <http://silontong.com/2014/06/16/pengertian-dan-15-jenis-ekonomi-kreatif-di-indonesia/>.
- Handayani SPM, Purnama BE. 2014. Pembuatan Website E-Commerce Pada Distro Java Trend. Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer FTI UNSA. Vol 2(1):18-24. ISSN: 2302-1136 <http://ijns.org/journal/index.php/seruni/article/view/715> diunduh Selasa 06 Desember 2016.
- Kismono G. 2001. Pengantar Bisnis, Edisi I. Cetakan I. BPFE. Yogyakarta.
- Madura J. 2001. Pengantar Bisnis, Introduction to Business. Alih Bahasa Saroyini W.R. Salib, Salemba Empat. Jakarta.

- Mamad, J. 2016. 10 Toko Online Terbaik dan Populer di <http://www.centerklik.com/10-toko-online-terbaik-dan-populer-di-indonesia/> Diunduh pada tanggal 06 Desember 2016.
- Nur II, Lies Y. 2011. Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Produk Kelompok Pidra Desa Gawang Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan. Journal Speed 3(4):30-33. ISSN: 2088-0154. <http://www.ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1155>. Diunduh pada tanggal 06 Desember 2016.
- Purbo OW. 2000. Mengenal E-Commerce. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Prihatna H. 2005. Kiat Praktis Menjadi Webmaster Profesional. PT. Elexmedia Komputindo. Jakarta
- Rini EP, Ratih NP, Romula A. 2015. Strategi Menciptakan Iklim Ukm Pada Industri Kreatif Batik Tulis. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 3(12), Hal. 2021-2027. <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/1088/434>. Diunduh pada tanggal 06 Desember 2016.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas. 21.
- Suryana. 2013. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta, Salemba Empat.
- Simarmata J. 2010. Rekayasa Web. CV. ANDI OFFSET. Yogyakarta.
- Tempo co. <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/04/173768481/bps-pengangguran-terbuka-di-indonesia-capai-7-02-juta-orang> diunduh tanggal 07 Desember 2016