Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398
Vol. 7, No. 11, November 2022

PEMANFAATAN WEBSITE SIMFONIS SEBAGAI PLATFORM E-COMMERCE DALAM MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK IKM ECOPRINT

Imam Faisal Adi Negara, Bakti Setyadi
Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang, Indonesia
E-mail: imamfaisaladi@gmail.com, bakti.setyadi@binadarma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Untuk Mengetahui Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint yang menjual produk khas warna alam. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Website Simfonis memberikan manfaat sebagai Platform E Commerce IKM Sumsel bukan hanya pada IKM Ecoprint namun pada semua IKM Sumsel yang telah melakukan registrasi pada halaman registrasi website, berdasarkan empat teori manfaat website berbasis e commerce. website simfonis dapat dimanfaatkan sebagai Platform E Commerce bagi produk Ecoprint yang telah memasarkan produknya pada galeri Website simfonis, Proses transaksi pada website simfonis sangat mudah sehingga proses transaksi bisa dilakukan tanpa hambatan, hal ini memberikan dampak positif terhadap meningkatnya penjualan IKM Ecoprint yang di pasarkan melaui website simfonis, Keamanan dan perlindungan data pengakses website dijamin oleh pihak operator website simfonis dengan menyiapkan berbagai aplikasi keamanan dan website simfonis dapat digunakan sebagai Platform pemasaran Produk IKM Ecoprint.

Kata Kunci: IKM, Ecoprint,Website, Platform, E-Commerce, Pemanfaatan.

Abstract

This study aims to determine the use of the Symphonic Website as an E-Commerce Platform in supporting the Marketing of Ecoprint IKM Products that sell typical products of natural colors. This research uses a qualitative descriptive approach method. The results of this study show that the Simfonia Website provides benefits as a South Sumatra IKM E Commerce Platform not only for Ecoprint SMIs but for al South Sumatran SMIs that have registered on the website registration page, based on four theories of the benefits of e-commerce-based websites. symphonic website can be used as an E Commerce Platform for Ecoprint products that have marketed their products in the symphonic website gallery, The transaction process on the symphonist website is very easy so that the transaction process can be done without obstacles, this has a positive impact on increasing sales of Ecoprint SMIs marketed through the symphonist website, Security and data protection of website accessors are guaranteed by the symphonic website operator by preparing various security

How to cite:	Imam Faisal Adi Negara (2022) Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint, (7) 11, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.11666
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

applications and the symphonic website can be used as a marketing platform for Ecoprint IKM Products.

Keywords: IKM, Ecoprint,Website, Platform, E-Commerce and Utilization

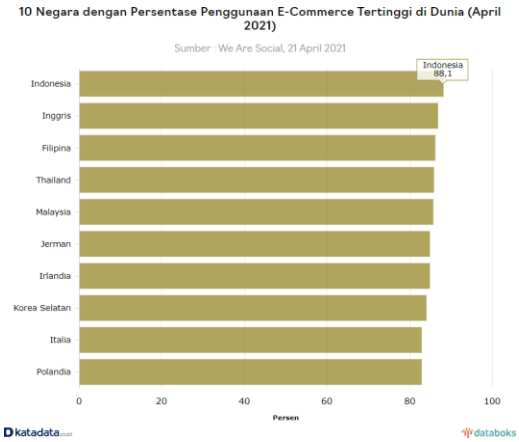
Pendahuluan

Media sosia dapat menjadi tempat yang memfasilitasi keinginan pribadi untuk dikenang, bersosia dan menjadi tempat berbelanja di *e-commerce,* ada banyak jenis *e-commerce* namuan pada penelitian ini hanya fokus pada *e-commerce* berbasis website yang memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas usahanya, sosial media memenuhi keinginan pelaku usaha untuk memasarkan produknya dengan konsep yang menarik.

Global Web Index mencatat Indonesia memiliki tingkat penggunaan *E- Commerce* tertinggi di dunia. Lembaga riset asa Inggris merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan E-Commerce tercepat di dunia. Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *E-Commerce* . Persentase hasil survei yang dirilis We Are Socia pada April 2021 Indonesia masih menduduki peringkat pertama dengan sebanyak 88,1% penggunaan *E-Commerce*. Posisi kedua ditempati Inggris dengan 86,9% pengguna internet yang memakai *E-Commerce*.

Kemudian, pengguna Internet yang memakai *E-Commerce* ketiga yaitu Filipina sebesar 86,2%. Adapun rata-rata adopsi *E-Commerce* secara global adalah 78%. Sejumlah negara masih punya presentasi di bawah rata-rata, salah satunya Mesir. Responden yang menggunakan *E-Commerce* di negara tersebut sebanyak 54,3%, menjadi yang terendah di dunia.

Gambar 1



Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)
Sumber : We Are Social, 21 April 2021

Berdasarkan gambar 1 penduduk Indonesia adalah penduduk yang sangat konsumtif dalam bertransaksi jual beli di platform e-commerce hal ini jelas menggambarkan dinamika persaingan bisnis dalam perkembangan dunia teknologi informasi yang semakin maju dan pesat dari waktu ke waktu sudah terasa dampaknya oleh sebagian besar masyarakat dari yang sederhana menjadi modern dan serba cepat sehingga berdampak pada perilaku informasi dalam segala bidang, baik bidang pendidikan, kesehatan, hiburan, sumber informasi, tenaga kerja, dunia bisnis dan komunikasi tanpa batasan tempat dan waktu, kebutuhan informasi yang lebih cepat dan murah tentunya menuntut para pemberi informasi untuk memiliki sebuah media online, dimana informasi yang disajikan bisa dengan mudah dan cepat didapatkan oleh konsumen informasi. Ha ini dapat dilakukan dengan penggunaan internet Penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah Electronic Commerce (E-Commerce) “Staff Ahli Bidang IT PT. Prima Armada Raya, Arief Rama Syarif”.

Menurut data Internet World Stats, pengguna internet di Indonesia mencapai 212.354.070 pada Juni 2021, penetrasi 76,8%, per IWS. Dari data tersebut dapat diketahui jumlah pengguna internet yang setara dengan jumlah 50% penduduk indonesia, pengguna internet meningkat di masa pandemi seperti saat ini karena lebih banyak aktivitas dilakukan dengan bantuan internet. Dari banyak sumber diketahui bahwa pengguna internet terus bertambah setiap tahunnya, hal ini tentunya menjadi momen yang baik bagi pelaku usaha untuk mendapatkan pembeli dari internet dan menarik pembeli untuk menjadi pelanggan tetap. Namun dibalik peluang yang begitu besar, sangat disayangkan sebagian usaha perorangan memiliki kendala yaitu minimnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi informasi di kalangan masyarakat, karena tidak semua daerah dan tidak semua masyarakat memahami penggunaan internet dan teknologi informasi kurangnya sosialisasi dan edukasi tentang pemanfaatan internet menjadi kendala, ha seperti ini dianggap biasa oleh sebagian masyarakat khususnya yang sudah melewati usia muda hal ini perlu

diperhatikan lebih lanjut karena sebagian pengrajin industri tidak dalam usia muda, sehingga tentunya sangat penting bagi pegiat industri untuk mengupgrade skil dalam menggunakan internet contohnya saah satu Industri Kecil Menengah (IKM) Ecoprint Sumsel.

IKM Ecoprint Sumsel menggunakan cara lama dalam memasarkan produknya sedangkan Pemerintah telah menyediakan platform pemasaran melalui website SIMFONIS sebagai platform E-Commerce khusus yang telah disediakan Pemerintah Sumatera Selatan melalui Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan, yang mana dinas terkait memiliki satu bidang yang bernama bidang Unit Pelaksana Teknis Daerah Industri Pangan dan Tekstil selanjutnya disebut UPTD IPT bidang ini memiliki salah satu fungsi yaitu membantu penerbitan izin IKM. Selain mengurus dan membantu perizinan bidang tersebut bertugas menaungi, membina, menjembatani dan membantu pemasaran produk IKM melalui website SIMFONIS yang berfungsi sebagai media pendataan IKM dan pemasaran produk berbentuk E-Commerce, namun banyak IKM yang masih belum optimal dalam menggunakan website SIMFONIS bisa di lihat pada jumlah update data anggota IKM Sumsel 17 kabupaten kota berjumlah 12.183 dengan rincian dari masing- masing keanggotaan kabupaten sebagai berikut:

Tabel 1
Update Jumlah IKM Registrasi di SIMFONIS Provinsi Sumatera Selatan

No	Nama	Jumlah
1	Paembang	2125
2	Prabumulih	598
3	Muara Enim	1775
4	Ogan Komering Ulu (OKU)	20
5	OKU Timur (OKUT)	13
6	OKU Selatan (OKUS)	1557
7	Musi Rawas	67
8	Lubuk Linggau	619
9	Musi Rawas Utara	11
10	PAI	1007
11	Empat Lawang	18
12	Pagar Alam	910
13	Lahat	357
14	Ogan Ilir (OI)	49
15	OKI	37
16	Banyuasin	228
17	Musi Banyuasin	2792
	Tota Data Anggota	12.183

Sumber: Website Simfonis 2023

Fenomena umum yang terjadi saat ini adalah kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial atau media digital sebagai sarana untuk memperluas pemasaran produknya, mengapa IKM Provinsi Sumsel harus menggunakan atau memasarkan produknya pada website simfonis, karena website simfonis adalah website resmi pemerintah Provinsi Sumsel, dikhususkan untuk mendata, membina, mengelola hasil IKM dan memasarkan produk IKM, apakah tidak boleh menggunakan E-Commerce lain seperti Shopee dan platform lainnya? Tentu saja boleh namun pada penelitian ini fokus pada pemanfaatan website SIMFONIS, karena hanya dengan mengunjungi website simfonis pengunjung situs dapat menemukan olahan kerajinan tangan khas Provinsi Sumsel, sehingga sangat disayangkan apabila data anggota IKM sebanyak 12.183 belum mampu memasarkan produk IKM pada website SIMFONIS secara maksima.

Pada saat Observasi Pengelola website bidang UPT IPT Dinas Perindustrian Provinsi Sumsel Menyampaikan pihaknya telah mengelompokkan ke dalam 9 komunitas, sesuai dengan spesifikasi bidang industri diantaranya (Pangan, Sandang, Kulit, bahan bangunan, kerajinan umum, logam, jasa dan Kimia) agar lebih mudah dalam penyampaian sosialisasi dan edukasi tentang penggunaan website, dari sembilan komunitas ini terdiri banyak IKM contohnya IKM sandang yang memproduksi seputar kerajinan sandang salah satunya ada IKM Ecoprint.

IKM Ecoprint Paembang bernama Patera Ecoprint Paembang karena Provinsi Sumsel juga memiliki beberapa daerah yang menghasilkan karya warna alam, IKM Patera Ecoprint membuat, menghasilkan dan menjual berbagai produk kerajinan khas Sumatera Selatan seperti tas, dompet, sepatu, baju, kain, perhiasan dan produk lainnya, yang semua produk tersebut dibuat dari hasil susunan daun- daun dan bunga sehingga hasilnya sering disebut kerajinan khas warna alam, karena berbahan dasar warna alam maka produk Patera Ecoprint menghasilkan warna yang khas dan tidak akan mungkin sama identik dengan hasil lainnya. Penelitian lain juga dilakukan oleh Desi dan Ulfa (2018) pada salah satu brand ternama di Indonesia, strategi yang dilakukan desainer Ria Miranda, yang awalnya dikenal sebagai desainer fesyen muslimah dengan teknik digita print, bersih menggunakan teknik ecoprint untuk mempertahankan orisinalitas karyanya. Strategi ini juga dilakukan untuk menghindari plagiarisme yang sangat mudah terjadi di era modern ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Endah dan Dyah (2019). Artinya, teknik ecoprint dapat dikreasikan dan di inovasi menggunakan bahan apapun yang ada di alam yang memiliki pigmen warna. Melihat dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan, produk yang dihasilkan dengan teknik ecoprint memiliki nilai jual yang tinggi, ramah lingkungan, unik, dan eksklusif. Produk yang bagus dan unik, seharusnya mampu menjangkau target pasar yang lebih luas untuk meningkatkan volume penjualan. Namun kelemahan dalam menggunakan teknologi menjadi hambatan dalam perluasan pemasaran sehingga

pemasaran belum sesuai dengan tujuan dari UPT IPT Dinas Perindustrian Provinsi Sumsel yang menginginkan IKM Ecoprint maksima dalam menggunakan website E-Commerces yang telah di sediakan, kelemahan ini menjadi kendala tersendiri bagi IKM khususnya IKM Ecoprint yang seharusnya bisa memanfaatkan peluang, Yeni Febrianti Pengelola Website SIMFONIS menyampaikan masih sangat sedikit IKM yang dapat menggunakan website SIMFONIS sebagai media pemasaran produk IKM.

IKM secara garis besar memiliki banyak kendaa dalam memasarkan produk khususnya permasalahan yang dihadapi oleh salah satu pelaku usaha yang terdaftar sebagai IKM Ecoprint kendala terbesarnya adalah bagaimana cara memasarkan produk agar dikenal banyak orang. Dikarenakan kemampuan dalam memasarkan berbasis *digita marketing* masih sangat kurang. Sejak terbentuknya IKM Ecoprint pemasaran produk mereka lakukan hanya dengan menitipkan produk di etalase dekranasda jenis pemasaran ini masih belum membuahkan hasil yang optimal selain itu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan metode pemasaran WOM (*Word Of Mouth*) dan di beberapa agenda melakukan pemasaran dengan mengikuti pameran hasil kerajinan atau menitipkan produk di etalase Kriya Sriwijaya dimana proses distribusi produk menjadi sangat lambat hal ini merupakan efek dari kurangnya penggunaan media sosia sebagai digital marketing, kurangnya pembiayaan dan lamanya pengajuan KUR kepada pihak bank. Oleh karenanya, perlu ada upaya lain agar proses pemasaran lebih baik lagi sehingga volume penjualan produk IKM dapat meningkat. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan website simfonis sebagai Platform dalam memasarkan produk IKM Ecoprint.

IKM Patera Ecoprint selama ini hanya menggunakan website simfonis sebagai media Informasi untuk produk yang dihasilkan, hal ini disampaikan langsung oleh Pemilik IKM Patera Ecoprint, berikut produk yang ditampilkan pada website SIMFONIS :

Gambar 2
Produk IKM Ecoprint Pada Website Simfonis



Sumber: Website Simfonis 2022

Dari gambar 2 dapat dilihat gambar produk IKM Ecoprint di Website SIMFONIS yang hanya menampilkan informasi berupa nama, kondisi dan harga produknya saja. Sedangkan website tersebut seharusnya dapat dioptimalkan sebagai media pemasaran produk dengan metode penjualan E-Commerce berbasis website yang memungkinkan terjadinya transaksi pada website tersebut. sehingga jika itu dilakukan, diharapkan semakin banyak orang yang berminat untuk membeli produk UMKM Ecoprint. Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint".

Berdasarkan jumlah IKM yang terdaftar pada IKM Kemenperin sebanyak 67.882 IKM Provinsi Sumsel dan hanya 12.183 yang memanfaatkan Website Simfonis saah satunya IKM Ecoprint.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis Pemanfaatan Website Simfonis

sebagai Platform E-Commerce dalam Meningkatkan Pemasaran Produk IKM Ecoprint."

Melalui Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan yang bermanfaat mengenai: (1) Teori-teori yang berkenaan dengan E-Commerce, Digital Marketing dan teori- teori lain yang berkaitan dengan pengetahuan dibidang pemasaran. (2) Melakukan telaah atas penelitian terdahulu yang telah melakukan kajian atas teori-teori Digital Marketing. (3) Teori-teori yang berkaitan dengan pemanfaatan website e-commerce dalam meningkatkan pemasaran suatu IKM. (4) Perkembangan ilmu pengetahuan di bidang Pemasaran. (5) Hasil Penelitian dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam studi mengenai Digital Marketing.

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Salah satunya yang dilakukan oleh Nabila Noer Qistani dan arry Darmawan (2021), dengan judul penelitian "Peningkatan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah" dengan perbedaan penelitiannya adalah Nabila Noer Qistani dan arry Darmawan meneliti menggunakan variabel Pemasaran, E-Commerce dan Kinerja IKM Peneliti menggunakan variabel E-Commerce dan pemasaran, tetap tidak menggunakan variabel kinerja IKM.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Fadel Retzen dan Lupi Nurdin (2021) dengan judul penelitian "Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.com" dengan perbedaan penelitiannya adalah Tokopedia.l Com, danl mereka meneliti menggunakan variabel Strategi, Pemasaran, Penjualan, E-Commerce Peneliti memilih subjek penelitian IKM, dan menggunakan Variabel Pemasaran dan E-Commerce, tetapi tidak menggunakan variabel Strategi dan Penjualan.

Metode Penelitian

Desain Penelitian adalah keseluruhan dari perencanaan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengantisipasi beberapa kesulitan yang mungkin timbul selama proses penelitian, hal ini penting karena desain penelitian merupakan strategi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk keperluan pengujian hipotesis atau untuk menjawab pertanyaan penelitian dan sebagai alat untuk mengontrol variabel yang berpengaruh dalam penelitian (Sugiyono 2021).

Metode yang dipilih dalam penelitian ini, yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2019:18). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Moleong dalam Herninawati (2018:11) Pada penelitian ini metode digunakan untuk mendeskripsikan apa adanya tentang suatu fenomena atau gejala, variabel maupun keadaan sosial tertentu terhadap objek penelitian dan penelitian ini menjelaskan hasil dari potensi daya tarik objek penelitian.

Waktu penelitian dilaksanakan selama 4 (empat) bulan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan hasil penelitian, dilakukan pada Bulan Agustus 2022 sampai dengan Bulan Desember 2022. Tempat pelaksanaan penelitian di Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan yang beralamat di Jl. Demang Lebar Daun Kecamatan Bukit Baru No. 2610 Palembang Kode pos 30139. Populasi penelitian ini adalah seluruh IKM yang terdaftar dalam website SIMFONIS Bidang UPTD IPT pada Dinas Perindustrian Provinsi Sumsel yang berjumlah 80 orang anggota simpatisan komunitas IKM Patera Ecoprint dan 35 anggota tetap IKM Patera Ecoprint. Dalam penelitian ini menggunakan responden sebanyak 80 orang yang merupakan anggota IKM Ecoprint Paembang untuk menghitung responden secara akurat peneliti menggunakan teori slovin (Aloysius Rangga Aditya Narendra, dkk. 2021:27-28).

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen website simfonis yang dipublikasikan dan data primer merupakan data yang tidak dapat disajikan dalam bentuk numerik atau angka.

Adapun Sumber data dalam penelitian ini berasa dari wawancara admin website simfonis, wawancara pengguna website simfonis, wawancara dengan pengagas IKM Patera Ecoprint yang disajikan dalam data adalah sebagai berikut:

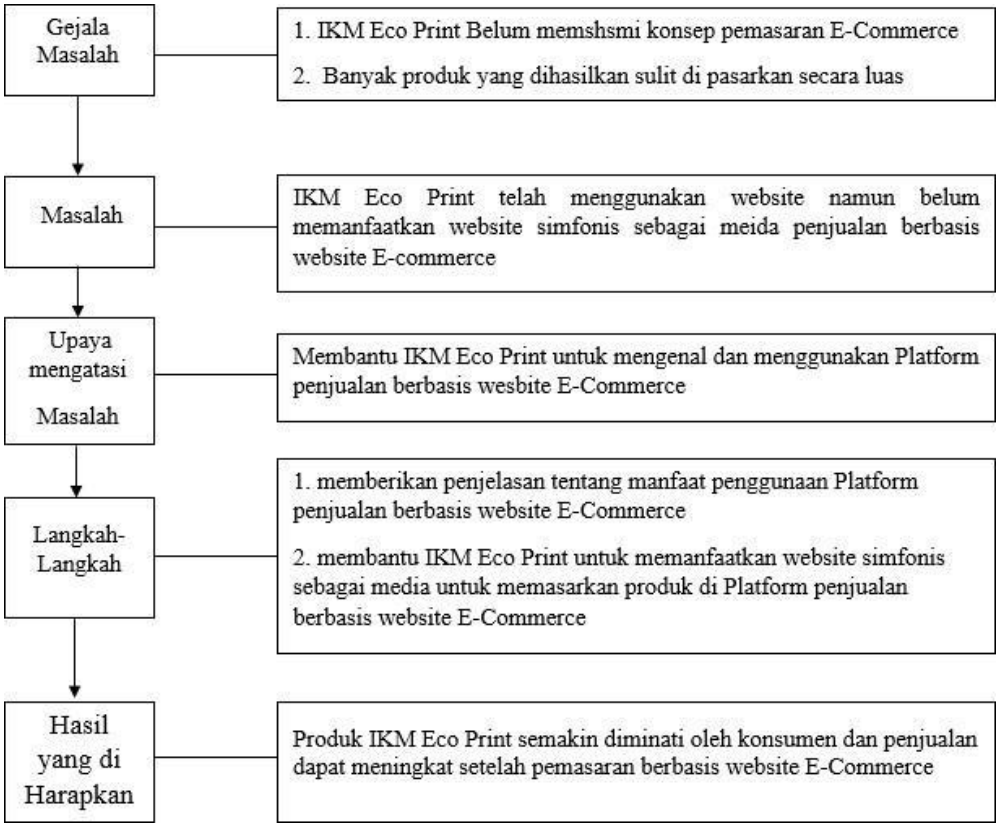
Dalam penelitian ini data primer langsung didapat peneliti melalui peninjauan atau pengamatan di Website Simfonis, wawancara pada Admin Website Simfonis, Pengguna Website Simfonis dan pengagas IKM Patera Ecoprint untuk menggali informasi yang diperlukan yang berkaitan dengan Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint dan dokumentasi subjek penelitian sebagai pelengkap data.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder dari Website Simfonis pada bagian keanggotaan dan pada bagian galery pemasaran produk, data jumlah IKM yang telah memasarkan produknya melalui website simfonis, data penjualan, data kunjungan website serta data yang berhubungan dengan Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint yang belum maksima dalam menggunakan website SIMFONIS sebagai media pemasaran, jurnal-jurnal maupun publikasi karya ilmiah lainnya.

Adapun Instrumen Pengumpulan Data pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Wawancara, (2) Dokumentasi, (3) Studi Literatur. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, *data display*, and *conclusion drawing/verification*. Adapun langkah-langkah analisis data yang dipakai dalam penelitian yaitu : Pengumpulan data, Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan.

Gambar 4

Kerangka Penelitian



Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, penulis akan memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu pemanfaatan website simfonis sebagai platform e-commerce dalam mendukung Pemasaran produk IKM Ecoprint. Dimana penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian deskriptif kualitatif, peneliti dituntut dapat memaparkan, menjelaskan, menggambarkan, dan mengisi data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan, dan dilakukan oleh Informan melalui wawancara mendalam. Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Dimana data primer adalah data yang berupa keterangan-keterangan yang diperoleh dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Sedangkan data sekunder adalah data berupa informasi yang berkaitan dengan variabel penelitian pada Penggunaan website Simfonis.

A. Pemanfaatan Website Simfonis Sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint

Pada poin pembahasan ini peneliti akan mendeskripsikan pemanfaatan website simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam mendukung pemasaran produk IKM Ecoprint secara detail dan mendalam dengan merujuk pada teori yang berkaitan

dengan pemanfaatan E-Commerce dalam dunia bisnis. Menurut Suyanto (2019:105) dalam jurna yang berjudul "Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan", Manfaat yang dirasakan perusahaan khususnya untuk mendukung pemasaran memperlihatkan bahwa e-commerce dapat memberikan manfaat:

1. Mendapatkan Pelanggan Baru

   Dengan adanya Website Simfonis Seluruh IKM yang terdaftar di dalamnya menjadi lebih mudah dalam mendapatkan pelanggan baru, khususnya bagi IKM Ecoprint, karena di website tersebut pihak IKM Ecoprint dapat mempromosikan produknya dengan jangkauan yang lebih luas, sehingga pengunjung website Simfonis yang mengunjungi galeri produk IKM Ecoprint selalu bertambah setiap harinya. Hal ini sesuai dengan pernyataan admin website simfonis:

   "Pengunjung baru dalam setiap harinya bertambah berdasarkan pantauan saya selaku admin sedikitnya 5 – 50 Orang yang mengakses website. 10 diantaranya mengakses produk ditampilkan Ecoprint." (Umay, Admin Website Simfonis, Wawancara tanggal 12 Januari 2023).

   Berdasarkan hasil wawancara tersebut pengunjung website simfonis selalu bertambah setiap harinya, khususnya pengunjung galeri IKM Ecoprint. Ha ini juga didukung dengan adanya data kunjungan website simfonis setiap bulannya berdasarkan jumlah klik pada produk IKM Ecoprint berikut ini.

Tabel 2
Pengunjung Galeri IKM Ecoprint Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	284 Klik
2.	Februari	346 Klik
3.	Maret	298 Klik
4.	April	417 Klik
5.	Mei	367 Klik
6.	Juni	387 Klik
7.	Juli	412 Klik
8.	Agustus	399 Klik
9.	September	279 Klik
10.	Oktober	425 Klik
11.	November	451 Klik
12.	Desember	476 Klik

Sumber: Data Admin Website Simfonis Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 2 Pengunjung galeri IKM Ecoprint pada Website Simfonis mengalami naik turun (fluktuatif), tapi cenderung meningkat dalam 3 bulan terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa minat pengunjung terhadap produk IKM Ecoprint cenderung meningkat pula. Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Pembina Komunitas Patera Ecoprint. terkait Keunggulan produk yang ditawarkan:

> *"Produk yang dijual semuanya merupakan produk yang original dan langsung dari tangan pengrajin yang ada di Komunitas Patera Ecoprint, Kualitas Produk tinggi dan terjamin karena barang-barang yang dijual dari Patera merupakan produk-produk terbaik kami, kemudian Kemasan Produk disini menarik dan berkelas sehingga berbeda dengan produk ditempat lain., Kemasan Produk kami menggunakan Kotak dan paper bag yang didesain khusus."* (Peri Riza,S.Km, Pembina Komunitas Patera Ecoprint, Wawancara tanggal 25 Januari 2023).

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan Produk-produk yang dijual di Patra Ecoprint merupakan Produk Original yang berkualitas tinggi dan dikemas dengan baik sehingga hal tersebut menjadi daya Tarik tersendiri bagi pelanggan terhadap produk IKM Ecoprint. Ha ini juga menjadi salah satu faktor yang membuat produk IKM Ecoprint banyak diminati oleh pembeli. Hal ini dibuktikan dengan data penjualan 6 bulan terakhir.

Tabel 3
Jumlah Penjualan Juli-Desember 2022

No.	Bulan	Jumlah Terjual
1.	Juli	23
2.	Agustus	31
3.	September	33
4.	Oktober	45
5.	November	49
6.	Desember	56
	Jumlah	237

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat penjualan produk IKM Ecoprint selalu bertambah setiap bulannya dalam 6 bulan terakhir, hal ini menunjukkan bahwa minat pembeli terhadap produk IKM Ecoprint yang dijual pada website simfonis cukup tinggi. Dari Tabel 4.2 tersebut juga dapat dilihat adanya potensi penambahan pelanggan baru setiap bulannya, hal ini juga diperkuat oleh pernyataan operator website simfonis:

> *"Jumlah pelanggan baru dalam setiap bulannya bertambah 20-50%, pelanggan baru rata-rata mendapatkan informasi website dari adanya pelatihan IKM di 17 kabupaten/kota."* (Wawan Irawan, Operator Website Simfonis, Wawancara Tanggal 12 Januari 2023).

2. Menarik konsumen untuk tetap bertahan

Upaya yang dilakukan IKM Ecoprint untuk menarik konsumen agar tetap bertahan adalah Bekerjasama dengan Bidang UPTD IPT untuk mengadakan pelatihan Ecoprint Ke Instansi ataupun Ke 17 Kabupaten/Kota Paembang. Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Pembina Komunitas Ecoprint terkait upaya dalam mempertahankan konsumen:

> *"IKM Ecoprint menjadi tutor dalam kegiatan pelatihan dan pengenalan produk Ecoprint yang diselenggarakan oleh bidang UPTD IPT Dinas Perindustrian Provinsi Sumsel, Pelatihan diberikan kepada Instansi atau lembaga pemerintah, saat kegiatan pelatihan itulah IKM Ecoprint dan Bidang UPTD IPT memperkenalkan Produk IKM yang di Tampikan pada website Simfonis"* (Peri Riza,S.Km, Pembina Komunitas Patera Ecoprint, Wawancara tanggal 25 Januari 2023).

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu cara IKM Ecoprint dalam mempertahankan konsumen adalah dengan mengadakan kegiatan pelatihan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk IKM Ecoprint secara lebih dekat, sehingga diharapkan pelanggan semakin tertarik dan berminat untuk membeli produk IKM Ecoprint secara konsisten.

IKM Ecoprint mendata konsumen yang telah membeli produk IKM Ecoprint sebagai salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan, melalui nomor HP konsumen IKM Ecoprint mengenakan produk baru yang di posting pada Website Simfonis dengan cara Broadcast Link Website yang menampilkan produk baru yang dijual IKM Ecoprint pada website simfonis, sehingga pelanggan yang sudah pernah membeli produk ikm ecoprint dapat membeli kembali produk ikm ecoprint yang ada pada website. Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan pelanggan tetap IKM Ecoprint:

> *"pada saat pertama saya melakukan pembelian produk IKM Ecoprint saya melakukan pembelian dengan cara mengisi data diri dan menghubungi nomor WhatsApp yang tertera pada tampilan produk Ecoprint sejak saat itu, saya sering mendapatkan pesan yang berisi informasi postingan baru pada galeri website simfonis dan karna link itu saya jadi tertarik mengoleksi produk Ecoprint, sampai saat ini saya memiliki 18 produk IKM Ecoprint yang saya pakai sehari-hari* (Nyimas Raharja, Pembeli Produk Patera Ecoprint pada Website Simfonis, Wawancara tanggal 15 Januari 2023).

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya broadcast yang dilakukan IKM Ecoprint yang menampilkan produk IKM Ecoprint pada website simfonis membuat pelanggan penasaran dan tertarik dengan produk IKM Ecoprint sehingga pelanggan tersebut pada akhirnya membeli produk yang ditawarkan tersebut.

3. Meningkatkan mutu layanan

Dalam meningkatkan layanan mutu yang berkaitan dengan interaksi dan kepuasan pelanggan, secara lebih persona, karena transaksi jual beli dapat dilakukan langsung Website Simfonis memungkinkan IKM Ecoprint dapat berinteraksi dengan pelanggan melaui WhatsApp sehingga pembeli lebih nyaman dalam berinteraksi dan tidak perlu repot datang ke toko langsung. Kemudian saat bertransaksi melalui website simfonis tidak dikenakan biaya pajak atau biaya penanganan. Selain itu, data pelanggan dijamin keamanannya oleh operator website simfonis. IKM Ecoprint juga menjua produknya dengan harga lebih murah pada website simfonis dibanding datang ke toko langsung, karna pelanggan membeli langsung dari tangan pertama, kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Admin IKM Ecoprint

> *"Produk yang dijual di galeri website simfonis dalam satu bulannya dilakukan dua kali update sebagai salah satu bentuk meningkatkan mutu pelayanan, admin akan memberikan informasi produk, diskon dan harga kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat melakukan komunikasi langsung dengan admin IKM Ecoprint* (Ayu Lestari, Admin Website Simfonis, Wawancara pada 12 januari 2023).

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan layanan mutu terhadap pelanggan, IKM Ecoprint memberikan informasi produk secara persona dan memberikan diskon terhadap pelanggan. Tetapi kekurangan dari Website Simfonis adalah transaksi pembelian belum selesai melalui website.

4. Melayani Konsumen tanpa batas Waktu

Website simfonis memiliki fitur chat yang bisa digunakan oleh konsumen untuk berkomunikasi terkait produk IKM, website juga menyediakan nomor WA toko dan Admin. IKM Ecoprint menyediakan pelayanan kurang lebih 16 jam dari jam 7 pagi s.d.10 malam, selanjutnya pertanyaan ataupun kebutuhan konsumen akan dibalas otomatis oleh sistem melalui website kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Admin website.

> *"website simfonis sudah dilengkapi dengan fitur chat yang dapat memberikan jawaban secara otomatis, sehingga pembeli tidak perlu menunggu waktu lama atas respon dari pertanyaannya. Namun terdapat kelemahan yaitu chat otomatis tidak dapat membalas pertanyaan secara mendetail, karena sistem balasan chat dibuat umum.* (Umay, Admin

Website Simfonis, Wawancara dilakukan pada 12 januari 2023).

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan website simfonis sudah terdapat fitur chat yang dapat menjawab pertanyaan pelanggan secara otomatis tanpa harus menunggu lama. Kemudian didukung oleh pernyataan Admin IKM Ecoprint.

> *"kami akan membalas pesan dari yang terbawah pada kolom chat, sebagai bentuk prioritas dalam pelayanan terhadap pelanggan dan kami akan membalas pesan selama jam kerja kami dari jam 7 pagi sampai jam 10 malam, kami tidak bisa memberikan pelayanan 24 jam dikarenakan keterbatasan kami, namun pelanggan tidak perlu khawatir karena chat yang masuk akan kami balas di hari berikutnya.* (Ayu Lestari, Admin IKM Ecoprint. Wawancara pada tangga 12 januari)".

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa IKM Ecoprint tidak bisa melayani konsumen 24 jam karena adanya keterbatasan jam kerja, namun chat yang masuk akan tetap dibalas di hari berikutnya.

B. Dampak Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint

Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce cukup berdampak dalam mendukung pemasaran produk IKM Ecoprint, ha ini dikarenakan Website Simfonis telah membantu IKM Ecoprint dalam mendapatkan pelanggan baru dengan cara menyediakan link untuk IKM Ecoprint memasarkan produknya secara lebih luas, sehingga pengunjung website Simfonis yang mengklik produk IKM Ecoprint bertambah setiap harinya.

Kemudian Website Simfonis telah membantu IKM Ecoprint dalam mempertahankan pelanggan lama, diantaranya IKM Ecoprint melakukan Broadcast Link Website yang menampilkan produk baru yang dijual IKM Ecoprint pada website simfonis kepada pelanggan, sehingga pelanggan yang sudah pernah membeli produk ikm ecoprint dapat membeli kembali produk ikm ecoprint yang ada pada website. Selanjutnya, Website Simfonis memungkinkan IKM Ecoprint dapat berinteraksi dengan pelanggan melalui WhatsApp sehingga pembeli lebih nyaman dalam berinteraksi dan tidak perlu repot datang ke toko langsung.

Kemudian saat bertransaksi melalui website simfonis tidak dikenakan biaya pajak atau biaya penanganan. Hanya saja kekurangannya adalah transaksi belum bisa dilakukan secara langsung melalui website dan harus dialihkan ke WhatsApp terlebih dahulu. Terakhir, Website simfonis memiliki fitur chat yang bisa digunakan oleh konsumen untuk berkomunikasi terkait produk IKM, website juga menyediakan nomor WA toko dan Admin. IKM Ecoprint menyediakan pelayanan kurang lebih 16 jam dari jam 7 pagi s.d.10 malam. kekurangannya adalah, admin belum bisa melayani konsumen selama 24 jam, karena terbatas jam kerja. Data Penjualan IKM Ecoprint sebelum menggunakan website Simfonis adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Data Penjualan Ecoprint Sebelum Menggunakan Website Simfonis

No.	Tahun	Jumlah Penjualan
1.	2017	22
2.	2018	46
3.	2019	129

Sumber : Dokumentasi IKM Ecoprint 2023

Dapat dilihat dari tabel 4 penjualan produk IKM Ecoprint semakin meningkat dalam 3 Tahun terakhir. awalnya pada tahun 2017, IKM Ecoprint hanya mampu menjual 22 produk, dikarenakan IKM Ecoprint belum terbentuk, belum memiliki rumah produksi, dan belum memiliki pegawai, saat itu produk IKM Ecoprint diproduksi sekedar hobi seorang pengrajin yang belum mendaftarkan hasil kerajinannya, pada tahun 2018 Bu mimi mulai membina 2 orang tetangganya untuk membuat produk Ecoprint dan pada akhir 2018 bu mimi mendaftarkan hasil kerajinannya sebagai produk IKM dan dibina oleh UPTD IPT yang selanjutnya tahun 2020 produk IKM Ecoprint dipasarkan dalam galeri website simfonis, sehingga menjadikan simfonis sebagai Platform E-Commerce yang membantu pemasaran IKM khususnya IKM Ecoprint. Berikut data penjualan IKM Ecoprint setelah menggunakan website simfonis.

Tabel 5
Data Penjualan IKM Ecoprint Setelah Menggunakan Website Simfonis

No.	Tahun	Seluruh Data Penjualan	Jumlah Penjualan pada Website Simfonis	Selisih Penjualan Tanpa Website Simfonis
1.	2020	487	168	316
2.	2021	874	375	499
3.	2022	986	416	570
JUMLAH		2.347	959	1.385

Sumber: Data Admin IKM Ecoprint 2023

Dari data tabel 5 dapat disimpulkan bahwa adanya website simfonis sebagai platform e-commerce sangat bermanfaat dalam mendukung pemasaran IKM Ecoprint. Dimana dari 3 tahun terakhir ketika menggunakan website simfonis IKM Ecoprint dapat membantu menjual 959 produk, dibandingkan dengan tabel 4.3, yang mana 3 tahun sebelum memanfaatkan website simfonis penjualan IKM Ecoprint tota hanya mencapai 197 produk. Dapat disimpulkan bahwa website simfonis sangat bermanfaat dalam

mendukung pemasaran produk IKM Ecoprint.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Ecoprint, dapat ditarik kesimpulan antara lain: (1) Website Simfonis telah membantu IKM Ecoprint dalam mendapatkan pelanggan baru dengan cara menyediakan link untuk IKM Ecoprint memasarkan produknya secara lebih luas. (2) Website Simfonis telah membantu IKM Ecoprint dalam mempertahankan pelanggan lama, diantaranya IKM Ecoprint melakukan Broadcast Link Website yang menampilkan produk baru yang dijual IKM Ecoprint pada website simfonis kepada pelanggan, sehingga pelanggan yang sudah pernah membeli produk ikm ecoprint dapat membeli kembali produk ikm ecoprint yang ada pada website. (3) Dalam meningkatkan mutu pelayanan, Website Simfonis memungkinkan IKM Ecoprint dapat berinteraksi dengan pelanggan melalui WhatsApp sehingga pembeli lebih nyaman dalam berinteraksi dan tidak perlu repot datang ke toko langsung. Selain itu, data pelanggan dijamin keamanannya oleh operator website simfonis. (4) Dalam melayani konsumen tanpa batas waktu, Website simfonis memiliki fitur chat yang bisa digunakan oleh konsumen untuk berkomunikasi terkait produk IKM, website juga menyediakan nomor WA toko dan Admin.

Dari 4 poin diatas, dapat disimpulkan bahwa website simfonis sangat bermanfaat dalam mendukung pemasaran produk IKM Ecoprint, ha ini juga didukung dengan data yang menunjukkan volume penjualan IKM Ecoprint lebih banyak pada saat mereka menggunakan website Simfonis, dibanding saat sebelum IKM Ecoprint menggunakan website simfonis.

BIBLIOGRAFI

Azizah, Mahendra dan Lofian. (2019). "Pemanfaatan E-Commerce untuk Peningkatan Strategi Promosi dan Penjualan UMKM Tas di Kabupaten Kudus", Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 10(1), 96-99.

Departemen Pendidikan Nasiona (2015), Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III, (Jakarta: Balai Pustaka), Hlm 710

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (2005), Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta:Balai Pustaka), Hlm.711.

D. Zulfadhli (2019), "E-Commerce dan Prospeknya di Era Teknologi 4.0," J. Manaj. dan Kewirausahaan, vol. 11, no. 1, pp. 38–45.

D. Sulias and M. Ardhiansyah (2021), "Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Dengan Menggunakan Model Extreme Programming (Xp)," vol. 6, pp. 190–199.

D. T. Riansyah (2021), "Adaptasi E-Commerce," LB21, vol. 4, no. 1, p. 6, Mitra Bestari "

Hakim, Lukmanul. (2010). Membangun Web Berbasis PHP dengan Framework CodeIgniter. Yogyakarta: Lokomedia.

Harini dan Handayani. (2019). "Pemasaran Kewirausahaan Melalui E- Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm", DERIVATIF :Jurnal Manajemen, Vol. 13 No. 2.

Habib hanafi, dkk., "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB terhadap Sikap Pengguna dengan Pendekatan TAM",

Hadari Nawawi (2022), Instrumen Penelitian bidang sosia. (Jakarta:Balai Pustaka), Hlm.150

Irmawati, Dewi. (2011). "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis". Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, Vol 6.

Kotler dan Keller. (2018). Marketing 3.0. Jakarta: Erlangga.

Nurdin. (2016). "Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan e-Commerce pada tokopedia.com", Jurna Elektronik Sistem Informasi dan Komputer, Vol.2 No.1.

Maimunah, Padeli, Erna Astriyani. (2018). Pengembangan Website Perpustakaan dalam Menunjang Sistem Pelayanan dan Informasi pada Perjuruan Tinggi Raharja. Tangerang: STIMIK Raharja.

Moleong dan Hernimawati, (2018). "Metode Penelitian Kualitatif". Hlm 11

Pratama. (2015). E-Commerce, E-Business, Dan Mobile Commerce. Bandung: Informatika.

Poerwadarminto, dkk. (2012). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Rahmidasni, Rose. (2019). "Pengguna E-Commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing perusahaan", Jurna Manajemen, ISBN: 978-602-17129-5-5

Republik Indonesia (2008). Undang Undang tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, UU No. 20 Tahun 2008. Jakarta: Direktorat Jendera Hukum dan HAM.

Saputra dan Adnan. (2017). "Analisis dan Rekomendasi Strategi E- Commerce Pada Usaha Kecil Menengah Batik Sokaraja", Jurnal Pro Bisnis, Vol. 10 No. 1.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono dan Chandra. (2014). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.

Yuliana, Lili. (2021). Pengguna Internet di Indonesia Pada 2021.

Copyright holder:
Imam Faisal Adi Negara, Bakti Setyadi (2022)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

