

## **IMPLEMENTASI DIGITAL *MARKETING* BERBASIS *WEB* UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM SNEEW**

**Nauro Cahya Kanthi<sup>1</sup>, Lukman Abdul Azizul Hakim<sup>2</sup>**

Universitas Logistik Dan Bisnis Internasional

Email: [naurochy@gmail.com](mailto:naurochy@gmail.com)<sup>1</sup>, [lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id](mailto:lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini membahas implementasi digital marketing berbasis website untuk meningkatkan pemasaran Sneew yang masih terbatas akibat metode konvensional. Metode yang digunakan mencakup perancangan dan pengembangan website, optimasi strategi pemasaran digital, serta pengujian sistem. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website mampu meningkatkan aksesibilitas pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing UMKM dalam industri dessert. Survei juga mengungkapkan bahwa pelanggan lebih tertarik berbelanja melalui platform digital, terutama jika bisnis memiliki reputasi online yang baik. Dengan strategi pemasaran yang lebih terstruktur, digital marketing berbasis website menjadi solusi efektif dalam meningkatkan efisiensi bisnis di era digital.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, UMKM, Website, Pemasaran Online, Strategi Bisnis.

*Abstract* – This study examines the implementation of website-based digital marketing to enhance Sneew's marketing, which is still limited due to conventional methods. The methods used include website design and development, optimization of digital marketing strategies, and system testing. The results show that the website improves customer accessibility, expands market reach, and strengthens the competitiveness of SMEs in the dessert industry. Surveys also reveal that customers prefer shopping through digital platforms, especially when businesses have a strong online reputation. With a more structured marketing strategy, website-based digital marketing proves to be an effective solution for increasing business efficiency in the digital era.

**Keywords:** Digital Marketing, SMEs, Website, Online Marketing, Business Strategy.

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, khususnya dalam strategi pemasaran. Pergeseran menuju ekosistem digital telah mengubah cara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjangkau pelanggan serta bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun interaksi lebih erat dengan pelanggan melalui berbagai platform online.

Pemasaran digital menjadi faktor penting dalam keberlanjutan UMKM di era modern. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat memasarkan produk secara lebih efektif dan efisien tanpa terikat oleh batasan geografis. Salah satu strategi yang banyak diterapkan adalah integrasi berbagai platform digital ke dalam website katalog, yang mempermudah pelanggan mencari dan mendapatkan informasi produk secara lengkap. Kehadiran digital yang kuat, baik melalui website maupun media sosial, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempercepat proses transaksi.

UMKM Sneew merupakan bisnis yang bergerak di bidang food and beverage, berlokasi di Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung. Produk utama Sneew adalah pannacotta pudding dan shaved ice, yang memiliki potensi pasar luas. Namun, dalam menghadapi persaingan industri dessert yang semakin ketat, Sneew masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang kurang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih besar. Akibatnya, jangkauan pasar Sneew masih terbatas, dan kesadaran merek di kalangan konsumen belum optimal.

Berdasarkan hasil survei awal terhadap 45 konsumen, ditemukan bahwa mayoritas responden sangat sering menggunakan platform digital untuk membeli barang. Selain itu, lebih dari 64,4% responden menyatakan bahwa keberadaan website dan konten media sosial sangat memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk UMKM. Sementara itu, 84,4% responden menyatakan bahwa media sosial meningkatkan kesadaran mereka terhadap produk UMKM, dan 68,9% menganggap reputasi online sebagai faktor utama dalam memilih toko untuk berbelanja.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa pemasaran digital berbasis website memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing Sneew. Dengan strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur, Sneew dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, membangun reputasi online yang kuat, dan meningkatkan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital berbasis website yang sesuai dengan kebutuhan dan kapabilitas UMKM Sneew.

Dengan mengamati karakteristik bisnis Sneew, tren pasar, serta potensi ekosistem digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif dalam meningkatkan pemasaran dan daya saing UMKM Sneew. Strategi digital yang tepat tidak hanya akan membantu Sneew memperluas jangkauan pasarnya tetapi juga meningkatkan efisiensi bisnis dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Digital**

Menurut (Musnaini, Suherman & Wijoyo, 2022) menyatakan bahwa digital adalah teknologi informasi yang mengutamakan kegiatan yang dilakukan oleh komputer atau digital daripada menggunakan tenaga manusia. Dalam konteks Proyek Integrasi II, teori tentang digital relevan karena strategi pemasaran digital dan pengelolaan website Sneew sepenuhnya bergantung pada teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi bisnis dan mencapai audiens yang lebih luas.

### **Marketing**

Menurut (Abdul Rauf, 2021) dalam judul “Digital Marketing: Konsep dan Startegi” menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan pemasaran sebagai salah satu kegiatan

penting jika mereka ingin meningkatkan bisnis mereka dan tetap bertahan. Strategi pemasaran adalah inti dari proyek ini, di mana Sneew berusaha meningkatkan penjualan dan daya saingnya. Teori pemasaran digunakan sebagai dasar untuk membuat dan menerapkan strategi digital yang berhasil bagi Sneew.

### **Digital Marketing**

Menurut (Putri Fauziah & Sri Indrapura, 2023) dalam judul “Analisis Strategi Digital Marketing diperusahaan Cipta Grafika” menyatakan bahwa digital marketing adalah pendekatan pemasaran yang menggunakan berbagai platform digital, alat, dan teknik analitik untuk menjangkau, terlibat, dan mempengaruhi audiens target dengan cara yang efektif. Teori Digital marketing adalah inti dari proyek ini, dimana penggunaan strategi pemasaran digital seperti SEO dan media sosial akan membantu Sneew meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, dan memperluas jangkauan pasarnya.

### **Segmenting, Targeting, Positioning (STP)**

Menurut Tjiptono dalam Sri Aderafika Sani (2022:2) bahwa STP menanamkan merek dibenak pelanggan sehingga merek tersebut memiliki pengaruh kompetitif yang berkelanjutan. Produk akan mempunyai pengaruh kompetitif jika produk tersebut memiliki manfaat dan ciri khas untuk pelanggan berdasarkan pemikiran.

### **Midtrans**

Menurut (Yenni Fatman, 2023) dalam judul “Implementasi Payment Gateway dengan Menggunakan Midtrans pada Website UMKM Geberco” menyatakan bahwa Midtrans merupakan sistem untuk pembayaran yang digunakan antara pembeli dan penjual saat melakukan transaksi. Salah satu payment gateway yang digunakan di website Sneew untuk memungkinkan transaksi pembayaran melalui internet adalah Midtrans. Teori ini penting karena memberikan pemahaman tentang bagaimana sistem payment gateway bekerja untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan dengan aman dan mudah.

### **Implementasi**

Menurut (Nurman Usma, 2023) menyatakan bahwa Implementasi adalah adanya kegiatan, tindakan, aksi, atau mekanisme sistem yang mengarah pada adanya kegiatan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Teori implementasi memberikan kerangka umum untuk proses implementasi proyek ini, yang mencakup penerapan platform digital dan evaluasi kinerjanya untuk mencapai tujuan utama proyek, yaitu meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis Sneew.

### **UI/UX**

Menurut (Agista Sintia Dewi Adila, 2023) dalam judul “Pelatihan Keterampilan Desain UI/UX Bagi Karang Taruna dan Taman Bacaan Masyarakat Candiretno” menyatakan bahwa desain UI mengacu pada bagaimana tampilan visual suatu software, aplikasi, atau website tampak menarik dari segi tulisan, bentuk, dan warna. Sementara desain UX mengacu pada kemudahan dan kepuasan pengguna dalam menggunakan perangkat lunak. Pada teori ini, Desain UI/UX website Sneew sangat berpengaruh pada pengalaman pelanggan. Sangat penting untuk memastikan bahwa website yang diimplementasikan tidak hanya menarik secara visual (UI) tetapi juga mudah digunakan dan memuaskan pengguna (UX).

### **Basis Data**

Basis Data menurut M. Syukri Mustafa (2023) menyatakan bahwa basis data adalah sekumpulan file-file atau sekumpulan data-data yang memiliki hubungan antara satu file dengan file lainnya. Basis data yang akan kami gunakan yaitu Microsoft SQL sebagai tempat kumpulan dari data-data agar sistematis. Basis data yang kami gunakan yaitu MySQL yang dikelola melalui phpMyAdmin, sebagai tempat kumpulan data agar sistematis. Teori basis data diperlukan untuk memahami cara menyimpan dan mengelola data secara sistematis di back-end website Sneew.

## **Bootstrap**

Bootstrap menurut Ir. Untung Rahardja.,M.T.I (2022) adalah salah satu framework CSS yang digunakan untuk pengembangan front-end website, bootstrap digunakan sebagai fondasi desain karena bersifat

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil implementasi digital marketing berbasis website pada UMKM Sneew, dapat dilihat bahwa penggunaan platform digital memberikan dampak yang cukup positif terhadap kegiatan pemasaran dan operasional bisnis. Website yang dibuat sudah dilengkapi dengan berbagai fitur utama seperti registrasi dan login pengguna, katalog produk, keranjang belanja, proses checkout (pick up dan delivery), pembayaran online, serta fitur ulasan pelanggan. Selain itu, tersedia juga dashboard untuk admin dan seller yang digunakan untuk mengelola produk, transaksi, dan interaksi dengan pelanggan. Dengan adanya fitur-fitur tersebut, seluruh proses pemasaran dan transaksi dapat dilakukan dalam satu platform yang terintegrasi.

Hasil pengujian sistem menggunakan metode black box menunjukkan bahwa semua fitur utama pada website sudah berjalan dengan baik sesuai fungsinya. Proses login dan registrasi dapat dilakukan dengan validasi yang sesuai, fitur penambahan produk ke keranjang berjalan lancar, dan proses checkout hingga pembayaran juga dapat dilakukan tanpa kendala. Halaman website juga dapat diakses baik oleh pengguna yang sudah login maupun yang belum login tanpa ditemukan error yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem yang dibuat sudah layak digunakan dan berfungsi dengan baik.

Dari sisi pemasaran, penggunaan website membuat pelanggan lebih mudah dalam mengakses informasi produk Sneew. Konsumen bisa melihat produk, melakukan pemesanan, dan menyelesaikan transaksi kapan saja tanpa harus datang langsung. Dengan begitu, jangkauan pasar menjadi lebih luas dan tidak hanya terbatas pada area sekitar saja.

Hasil survei terhadap 45 responden juga menunjukkan bahwa kebiasaan konsumen saat ini memang sudah banyak dipengaruhi oleh platform digital. Sebanyak 66,7% responden menyatakan sering melakukan pembelian melalui platform digital. Kemudian 64,4% responden mengaku bahwa website dan media sosial memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk. Sebanyak 84,4% responden juga merasa bahwa media sosial membantu mereka mengenal produk UMKM, dan 68,9% responden cenderung memilih produk dari bisnis yang memiliki reputasi online yang baik. Dari data tersebut terlihat bahwa kehadiran digital sangat berpengaruh terhadap minat dan kepercayaan konsumen.

Dari hasil yang diperoleh, dapat dilihat bahwa penggunaan website sebagai media digital marketing cukup efektif dalam membantu kegiatan pemasaran Sneew. Website tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk memberikan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk melakukan transaksi dan berinteraksi dengan pelanggan. Fitur ulasan pelanggan juga membantu dalam membangun kepercayaan karena calon pembeli bisa melihat pengalaman dari pelanggan lain.

Penggunaan digital marketing juga membantu Sneew dalam meningkatkan daya saing. Dengan adanya website, Sneew tidak hanya mengandalkan pemasaran secara langsung, tetapi juga bisa bersaing dengan bisnis lain yang sudah menggunakan platform digital. Tampilan website yang rapi dan mudah digunakan memberikan kesan bahwa bisnis ini lebih siap dan mengikuti perkembangan teknologi.

Dari sisi operasional, sistem ini juga membuat pengelolaan bisnis menjadi lebih rapi. Data pesanan tersimpan secara otomatis, proses transaksi lebih terstruktur, dan risiko kesalahan dari pencatatan manual bisa dikurangi. Hal ini membuat kegiatan operasional menjadi lebih efisien.

Walaupun sudah berjalan dengan baik, masih ada beberapa hal yang bisa diperbaiki, seperti meningkatkan performa website, mengoptimalkan SEO, dan memanfaatkan digital advertising agar jangkauan pasar bisa lebih luas lagi. Penambahan fitur interaksi juga bisa membantu meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, penggunaan website sebagai media digital marketing pada UMKM Sneew dapat membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membuat operasional bisnis menjadi lebih efisien.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian dan implementasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan digital marketing melalui website telah membantu meningkatkan jangkauan pasar dan efektivitas strategi pemasaran. Website yang dikembangkan telah berfungsi dengan baik, didukung oleh fitur pemesanan, pembayaran online, serta kemudahan akses bagi pelanggan dalam menemukan dan membeli produk secara digital.

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan lebih tertarik membeli produk melalui platform digital, terutama jika bisnis memiliki reputasi online yang baik. Selain itu, pengujian sistem memastikan bahwa fitur-fitur utama telah berjalan sesuai harapan, meskipun masih ada beberapa aspek yang dapat dioptimalkan, seperti peningkatan keseluruhan, implementasi ini membuktikan bahwa digital marketing berbasis web dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan implementasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan efektivitas digital marketing dan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran. Pembaca diharapkan memahami pentingnya digital marketing dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama bagi UMKM, karena pemanfaatan teknologi yang tepat dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. UMKM lain disarankan untuk menerapkan strategi digital marketing berbasis website dan media sosial guna meningkatkan pemasaran produk mereka, serta memanfaatkan SEO dan iklan digital sebagai solusi efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Bagi pengembang yang ingin menyempurnakan sistem ini, disarankan untuk terus mengoptimalkan fitur website, seperti meningkatkan interaksi pelanggan yang lebih responsif dan memastikan performa website tetap user- friendly. Dengan saran ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Nikmatul. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Cv Widjaya Bharata Pasifik, 7-8.
- Maharani. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet Dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*.
- Aderafika, S. (2022). Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*.
- Setiawan, A. (2024). Strategi Pemasaran Umkm Dalam Peningkatan Penjualan Produk Tas Merek Blewup Di E- Commerce. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*.
- Dzulkipli. (2023). Pengujian Aplikasi Pengolah Data Berbasis Web Menggunakan Metode Black Box. *Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*.
- Nugraha. (2023). Pengaruh Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kleveru Pada Masyarakat Di Kelurahan Tanjung Sari.
- Rahardja, U. (2021). Optimalisasi Viewboard Rhjfox Berbasis Bootstrap Sebagai Sistem Penunjang Keputusan. *Technomedia Journal*.
- Fatman, Y. (2023). Implementasi Payment Gateway Dengan Menggunakan Midtrans Pada Website

Umkm Geberco. Jurnal Komtekinfo.  
Yohanes Casmadi, M. M. (2024). Penjualan Aksesoris Unique Local Brand Berbasis Web. Jurnal Akuntansi.