

# PENGEMBANGAN E-COMMERCE DAN PROMOSI ONLINE BUSANA MUSLIM MALEEQA UNTUK MEMPERLUAS JARINGAN PEMASARAN

I Putu Dody Lesmana<sup>1)</sup>, Elly Antika<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember  
Jl. Mastrip, Kotak Pos 164, Jember 68101, Jawa Timur  
Email : [dody@polije.ac.id](mailto:dody@polije.ac.id)<sup>1)</sup>, [elly\\_antika@polije.ac.id](mailto:elly_antika@polije.ac.id)<sup>2)</sup>

## Abstrak

*Marketing kunci utama keberhasilan dari sebuah usaha kecil agar dapat terus berkembang dan dapat sejajar dengan pesaing bisnisnya. Industri kecil Maleeqa dan konveksi Rira Clothing merupakan industri kecil yang memproduksi busana muslim yang belum dapat memperluas pangsa pasarnya karena kurang efisien media pemasaran dan metode promosinya. Dengan penerapan iptek bagi masyarakat ini maka permasalahan industri Maleeqa dan Konveksi Rira Clothing dapat teratasi dengan dibangunnya sebuah website pemasaran dan melakukan promosi melalui mesin pencarian dan jejaring sosial. Sampai pada bulan Nopember 2013 pendapatan per bulan telah mencapai 15 jutaan dari reseller dan 13 jutaan dari penjualan online.*

**Kata kunci:** Busana muslim, e-commerce, SEO, SMO, SEM

## 1. Pendahuluan

Aplikasi bisnis e-commerce merupakan sebuah aplikasi yang harus mempunyai hal unik, tampilan yang menarik, mudah ditemukan oleh pengguna media internet. Bisnis yang dijalankan pun haruslah mempunyai sesuatu yang berbeda dengan pesaing bisnisnya, sehingga sebelum membuat aplikasi e-commerce hendaknya meneliti dulu apa dan bagaimana pesaing bisnis menjalankan bisnisnya [1]. Pelayanan dalam bisnis e-commerce ini menjadi hal penting dan juga dapat menjadi pembeda dengan pesaing bisnisnya. Sebuah website e-commerce yang menawarkan busana harus selalu menjaga kualitas bahan pakaian, ukuran pakaian, dan kemudahan komunikasi dengan pembeli jika mereka ingin terus dapat berbisnis dalam bidang tersebut [2].

Promosi terhadap produk merupakan pendorong agar bisnis menggunakan aplikasi e-commerce terus dapat berjalan. Promosi dapat dilakukan melalui mesin pencarian maupun menggunakan jejaring sosial dengan beberapa metode yang dapat diterapkan [3,4,5]. Perangkat lunak yang mendukung pembuatan e-commerce yang didukung metode promosi SEO adalah OpenCart [6].

Makalah ini membahas tentang penerapan teknologi e-commerce yang digunakan untuk membantu

pemecahan permasalahan dari industri kecil busana muslim Maleeqa dan Rira Clothing dalam menjalankan bisnisnya agar dapat bersaing dengan pesaing bisnis serta dapat memperbesar usahanya. Produk busana muslim Maleeqa ini bervariasi yang meliputi shawl, outerwear, blouse, bottom, kaftan, terusan, dan jumpsuit. Pada awal berdirinya tahun 2010, industri kecil ini hanya memiliki tenaga kerja lima orang, namun seiring dengan semakin banyaknya pesanan terhadap produk yang dihasilkan, maka busana muslim Maleeqa bekerja sama dengan industri konveksi Rira Clothing. Pihak busana muslim Maleeqa berperan sebagai perancang busana muslim, penyedia bahan baku dan pemasaran, sedangkan pelaksana produksi sebagian besar melibatkan Rira Clothing.

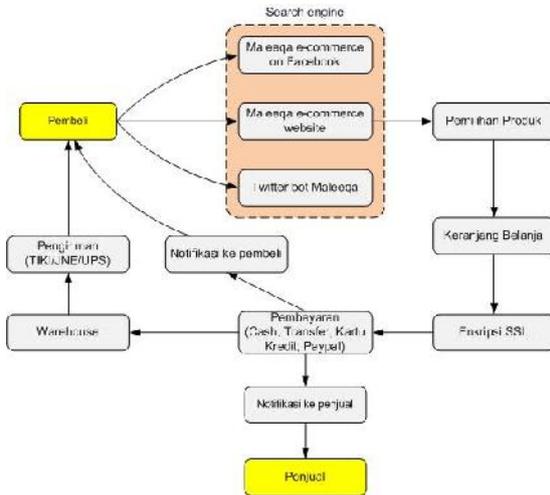
Pemasaran busana muslim Maleeqa dilakukan dengan cara tradisional dengan membuka gerai serta pesanan melalui telepon. Promosi yang dilakukan Maleeqa dengan mengikuti pameran dan seminar yang berlandaskan peningkatan kewirausahaan dan juga membuat sebuah blog yang digunakan untuk memajang produk busananya. Namun usaha tersebut belum dapat memperluas pemasaran produk busana muslim Maleeqa dan belum secara signifikan meningkatkan pendapatannya yang saat ini berkisar antara 6-8 juta.

Solusi untuk mengatasi permasalahan perluasan jaringan pemasaran busana muslim Maleeqa dengan biaya rendah adalah melalui e-commerce. Usaha e-commerce yang sukses melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelola produksi atau manufaktur, penjualan, layanan, kolaborasi di antara sesama bisnis (afiliasi), distribusi produk, penyebaran informasi, penyusunan komunitas. Untuk memperluas jaringan pemasaran busana muslim Maleeqa dalam kegiatan ini dibuat web e-commerce Maleeqa dan penerapan teknik *search engine optimization* (SEO), *social media optimization* (SMO), dan *search engine marketing* (SEM) untuk mempromosikan web e-commerce Maleeqa sehingga akan meningkatkan trafik kunjungan.

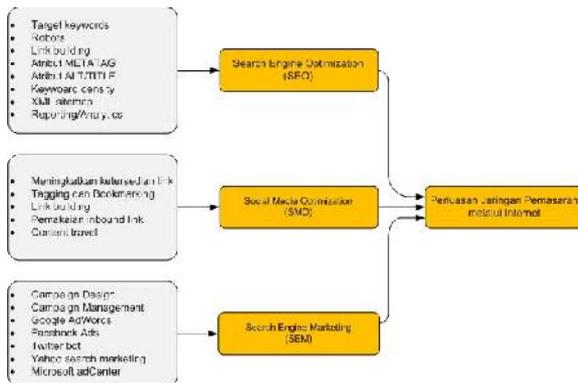
## 2. Pembahasan

Website e-commerce yang telah dibuat proses bisnisnya ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 2. Gambar 1 menjelaskan alur cara kerja web e-commerce Maleeqa, dimana untuk pembuatan web e-commerce Maleeqa

dibuat menggunakan perangkat lunak Open Source OpenCart [6]. Sedangkan untuk meningkatkan promosi online busana muslim Maleeqa dilakukan konfigurasi SEO sesuai Gambar 2 dan penerapan SMO dengan pemanfaatan jejaring sosial Facebook dan Twitter. Impelementasi SEM dilakukan dengan teknik afiliasi dengan web lain yang memiliki kunjungan tinggi, seperti situs Kaskus dan blog.



Gambar 1. Alur Cara Kerja E-commerce Maleeqa



Gambar 2. Penerapan Metode Promosi E-commerce Maleeqa

**A. Web E-Commerce Maleeqa**

Di dalam administrasi web e-commerce Maleeqa terdiri dari :

1. Penentuan Kategori Produk
2. Pengisian Data Produk

Pengisian data produk seperti ditunjukkan pada meliputi:

- a. *General*: nama produk, meta-tag, meta-tag keywords, deskripsi produk.
- b. *Data*: model produk, harga, pajak, minimum pemesanan, stok, pengiriman, ukuran, berat.
- c. *Links*: nama pembuat, kategori produk, kaitan produk.
- d. *Discount*: potongan khusus
- e. *Image*: tampilan produk

**3. Pengiriman Barang (Shipping)**

Pengiriman barang dilakukan dengan menggunakan jasa JNE dan Pandu Logistik.

**4. Pembayaran (Payments)**

Pembayaran dilakukan secara *Bank Transfer* untuk pembeli diluar maupun di wilayah Surabaya dan juga pembayaran dapat dilakukan dengan *Cash on Delivery (COD)*.

**Tampilan Web E-Commerce Maleeqa**

Web e-commerce Maleeqa dapat diakses melalui alamat <http://www.maleeqa4us.com/> seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Di halaman depan web e-commerce Maleeqa pembeli dapat melihat daftar produk busana muslim yang dijual, mengetahui detail produk, melakukan transaksi pembelian, dan menghubungi penjual.

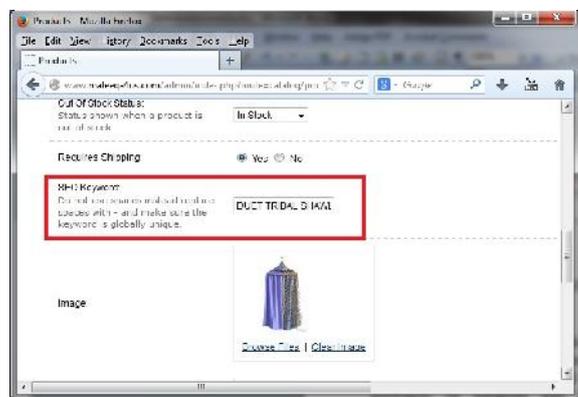


Gambar 3. Web E-commerce Maleeqa

**B. Penerapan SEO, SMO, dan SEM**

**Penerapan SEO**

Konfigurasi SEO dapat dilakukan dengan mengisi SEO keyword pada halaman administasi data produk pada OpenCart. Pemilihan keyword SEO yang tepat harus mewakili isi halaman dan bersifat unik sehingga memudahkan pengenalan di situs pencarian. Contoh konfigurasi SEO ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pengisian SEO Keyword

**Penerapan SMO**

Penerapan SMO seperti Facebook dan Twitter sangat membantu promosi busana muslim Maleeqa untuk lebih dikenal oleh pembeli maya, hal ini dikarenakan situs pencarian Google dan Yahoo saat ini telah mengindeks komentar – komentar yang bisa diakses oleh umum. Implementasi Facebook Maleeqa dapat diakses melalui alamat <https://www.facebook.com/maleeqamuslimwear> yang ditunjukkan pada Gambar 5, sedangkan Twitter Maleeqa dapat diakses melalui alamat @maleeqa4us seperti ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 5. Facebook Busana Muslim Maleeqa



Gambar 6. Twitter Maleeqa

**Penerapan SEM**

Penerapan SEM tidak harus dilakukan dengan membayar pemasangan iklan seperti pada afiliasi Facebook, tetapi dengan cara menempel komentar, produk, promosi yang berkaitan dengan busana muslim Maleeqa pada situs – situs yang memiliki page rank yang tinggi atau situs yang ramai diakses seperti kaskus.co.id, detik.com, situs yang berkaitan tentang busana muslim baik dalam bentuk blogger atau forum. Hal ini secara otomatis akan meningkatkan page rank dari web e-commerce Maleeqa. Contoh implementasi SEM untuk promosi busana muslim Maleeqa ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Implementasi SEM

**C. Analisis Hasil**

**Analisa Pelanggan**

Pelaksanaan penerapan iptek bagi masyarakat dengan membangun sebuah website pemasaran dan melakukan promosi produk melalui mesin pencarian dan jejaring sosial telah dilakukan. Dengan adanya website pemasaran produk mitra yang diberi nama Maleeqa4us ini telah membantu Industri Busana Muslim Maleeqa untuk memperluas pemasaran produknya berbagai daerah di Indonesia. Jumlah pelanggan yang mendaftar melalui website pemasaran Maleeqa4us sampai pada awal bulan Desember 2013 dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Hasil statistik dari website Maleeqa4us.

Pembeli yang mendaftar sebagai pelanggan di website pemasaran Maleeqa4us masih sedikit jika dilihat dari hasil statistik yang terdapat pada website pemasarannya. Kebanyakan dari pembeli yang mendaftar menjadi pelanggan adalah pembeli yang pernah membeli produk Maleeqa dan merasa puas dengan kualitas produk yang dipajang di website yang tidak berbeda dengan produk yang mereka terima.

**Analisa Dampak Promosi**

Pelanggan yang masih sedikit ini merupakan tantangan bagi Maleeqa untuk terus memperkenalkan produk-produknya ke calon pembeli dan bagaimana Maleeqa dapat bersaing sehat dengan pesaing bisnis yang memiliki beragam produk yang ditawarkan. Promosi terhadap produk yang dijual Maleeqa adalah salah

pendorong agar semakin banyak pelanggan yang akan berbelanja produk Maleeqa. Promosi dari produk Maleeqa dilakukan pada jejaring sosial dan pada mesin pencarian. Dari promosi menggunakan jejaring sosial facebook dan twitter serta mesin pencarian jumlah produk yang dipesan secara online dari bulan Juli sampai bulan Nopember terus mengalami peningkatan, terlihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Jumlah Pesanan Barang Dari Bulan Juli-Nopember 2013

Penggunaan media internet sebagai media mempromosikan produk dari industri busana muslim Maleeqa juga terbukti membantu memperluas pangsa pasar penjualan. Dari bulan Juli sampai dengan bulan Nopember laman website pemasaran Maleeqa4us diunggah ke internet permintaan pesanan produk telah mencapai daerah paling Timur adalah daerah Sulawesi dan paling Barat adalah Banda Aceh. Dengan penghasilan penjualan reseller rata-rata mencapai 15 jutaan per bulan dan penjualan online mencapai rata-rata 13 jutaan per bulan.

Berdasarkan StatsCorp.com laman website Maleeqa telah banyak dikunjungi oleh pemakai internet, hal ini disebabkan laman website ini mudah ditemukan oleh setiap pengunjung media internet yang mencari informasi tentang busana muslim dengan menggunakan kata kunci sesuai dengan produk yang ditawarkan maupun dengan kata kunci busana muslim saja. Dari hasil pengukuran StatsCorp.com (Gambar 10) didapatkan nilai SEO dari laman website Maleeqa4us sebesar 68%, ini menunjukkan laman website pemasaran ini mudah ditemukan oleh masyarakat pengguna internet.



Gambar 10. Hasil pengukuran SEO Maleeqa4us.com

Peningkatan penjualan produk dari website pemasaran juga mempengaruhi jumlah produk yang diproduksi oleh konveksi Rira Clothing. Terhitung dari bulan Juli sampai dengan bulan Nopember 2013 jumlah pesanan produk

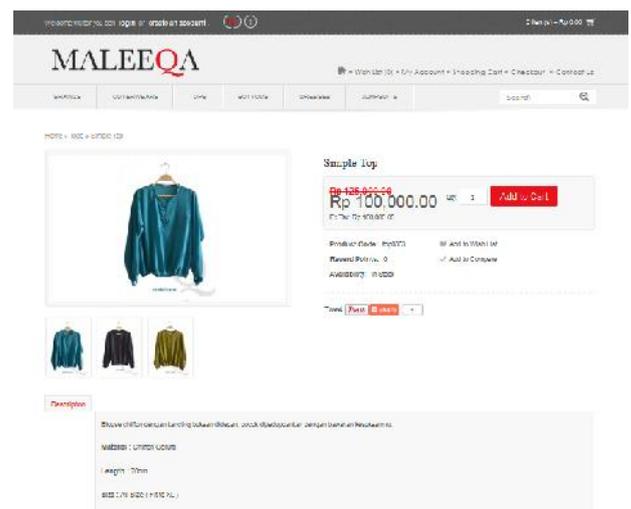
meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah pesanan produk pada website Maleeqa.

### Analisa Model Produk

Selama ini Maleeqa memproduksi berbagai busana muslim berbahan kaos dengan model yang simple dan casual. Perlu kiranya Maleeqa memperkaya model-model produk yang ditawarkan pada website pemasarannya mengikuti tren model pakaian terkini. Selain itu model yang ditawarkan perlu mengikuti musim yang ada, misalkan adanya perbedaan model baju waktu musim hujan dan musim panas. Dengan memperkaya model dan bahan baku yang digunakan dalam memproduksi baju maka pihak Maleeqa juga perlu membuka wawasan dan melakukan inovasi terhadap bahan baku lain selain bahan kaos dengan tidak meninggalkan ciri khas dari produk Maleeqa yang simple dan casual.

### Analisa Terhadap Strategi Penjualan

Sebuah bisnis haruslah dapat mencari trik-trik untuk meningkatkan penjualannya. Pemanfaatan waktu misalkan akhir tahun bisa dijadikan momen penting dalam strategi penjualan produk Maleeqa melalui website pemasarannya dengan mengadakan penjualan dengan potongan harga terhadap produk-produk yang ditawarkan. Penjualan dengan potongan harga juga dilakukan oleh pesaing bisnisnya terhadap produk yang ditawarkan melalui penjualan menggunakan media internet maupun penjualan konvensional, sehingga strategi ini juga dapat diterapkan pada salah satu strategi penjualan oleh Maleeqa. Gambar 11 menunjukkan salah satu strategi penjualan produk dengan mengadakan potongan harga.



Gambar 11. Laman website Maleeqa memberikan potongan harga terhadap produk yang ditawarkan.

### 3. Kesimpulan

Promosi yang menjadi ujung tombak keberhasilan penjualan produk busana muslim Maleeqa belum dikembangkan dan belum dapat bersaing dengan pesaing bisnis lainnya yang menjual produk yang sama. Pembuatan website pemasaran dan penerapan metode promosi telah dapat membantu industri kecil busana muslim Maleeqa dalam memperluas pangsa pasarnya dan dapat mensejajarkan produk busana muslimnya dengan pesaing usahannya. Dengan semakin banyak jumlah pesanan produk yang dijual oleh Maleeqa maka akan berdampak positif terhadap pendapatan Maleeqa dan konveksi Rira Clothing. Penerapan promosi pada mesin pencarian dan jejaring sosial telah memperluas pemasaran produk busana muslim Maleeqa hingga ke luar Jawa.

Selanjutnya penerapan iptek bagi masyarakat ini dapat disempurnakan dengan menambahkan pembuatan laporan akuntansi yang dapat membantu usaha busana muslim Maleeqa dan konveksi Rira Clothing dapat mengetahui keuntungan produksinya dengan mudah. Promosi produkpun perlu diperluas ke media-media promosi lain di internet.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada DP2M DIKTI yang telah mendanai pelaksanaan penerapan iptek bagi masyarakat ini sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Program IPTEKS Bagi Masyarakat (IbM) Nomor. 769/PL17.2/LL/2013. Selanjutnya penulis menyampaikan terimakasih kepada mitra penerapan iptek bagi masyarakat, Maleeqa dan Rira Clothing.

### Daftar Pustaka

- [1] Keinan, Brenda, "E-Commerce Untuk Perusahaan Kecil," Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia –Jakarta, 2001.
- [2] Srinivasan, S. S. , Anderson., Rolph , Ponnnavolu., Kishore, "Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences", Journal of Retailing, New York University, 2002
- [3] Malaga, Ross A. , " The Value of search Engine Optimization: An Action research Project at a New E-commerce site", IGI Global, 2007.
- [4] Constantinides, Efthymios, " From Physical Marketing to Web Marketing: The Web-Marketing Mix", Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences, 2002.
- [5] Lorenzo, Carlota., Constantinides, Efthymios., Gomez-Borja, Miguel Angel., "Effects of Web Experience Factors on Virtual Retail Purchase Preferences", Watchfire Whitepaper Series, 2000.
- [6] M. Yilmaz, "OpenCart 1.4 Beginner's Guide", Packt Publishing, Birmingham, 2010

### Biodata Penulis

**I Putu Dody Lesmana**, memperoleh gelar Magister Teknik (M.T) dari ITS, Surabaya. Penulis saat ini merupakan dosen aktif di Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember

**Elly Antika**, memperoleh gelar Magister Ilmu Komputer (M.Kom) dari ITS, Surabaya. Penulis saat ini merupakan dosen aktif di Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember