

Digitizing the Product Catalog at Blimbingsari Creative Craft to Expand its Promotional Network

Digitalisasi Katalog Produk di Blimbingsari Creative Craft untuk Memperluas Jejaring Promosi

Riza Rahimi Bachtiar^{*1}, Ayu Purwaningtyas², Dianni Yusuf³, Muhamad Nur Hanif⁴, Mohamad Joko⁵,
Eko Bagus Susanto⁶

^{1,2,3}Politeknik Negeri Banyuwangi

E-mail: rizarahimi@poliwangi.ac.id¹, ayu.purwaningtyas@poliwangi.ac.id², dianniyusuf@poliwangi.ac.id³,
nurhanif2312@gmail.com⁴, mohammadjoko1001@gmail.com⁵, ekosusantobagussusanto@gmail.com³

Abstract

Banyuwangi has immense potential in terms of natural tourism and cultural heritage, which greatly attracts both domestic and international tourists. This presents an opportunity for Banyuwangi's souvenir businesses to continuously develop their enterprises. Blimbingsari Creative Craft (BCC) is one of UMKM in the craft industry, established in 2003. Its products have been marketed internationally, and BCC frequently receives financial support from the government to expand its business. Although BCC has already reached international customers, it currently lacks a website to showcase its company profile and products. The Community Service Program (PKM) conducted by lecturers and students from Politeknik Negeri Banyuwangi focuses on building a website to manage information on activities and product catalog. The program also includes training for BCC staff to manage data, ensuring that the displayed information is always up-to-date and available in real-time. The outcome of this project is a web-based platform with bilingual features, serving as a digital promotional tool for BCC's products. BCC staff expressed that the website has greatly facilitated the management of information and product catalog, making it easier to organize and store the data in a database.

Keywords: Blimbingsari Creative Craft, Digitalization, Product Catalog, Website

Abstrak

Banyuwangi mempunyai potensi wisata alam dan adat budaya yang sangat menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Hal ini menjadi potensi pelaku usaha cinderamata khas Banyuwangi untuk terus mengembangkan usahanya. Blimbingsari Creative Craft (BCC) adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha kerajinan yang berdiri sejak tahun 2003. Pemasaran telah dilakukan sampai di tingkat mancanegara. BCC juga sering mendapatkan bantuan pendanaan dari Pemerintah untuk mengembangkan usahanya. Meskipun sudah mencapai target konsumen dari luar negeri, namun saat ini BCC masih belum memiliki sebuah website untuk menampilkan informasi profil Perusahaan dan produk-produk yang dijual. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa Politeknik Negeri Banyuwangi adalah membangun sebuah website untuk mengelola informasi kegiatan dan katalog produk. Pada kegiatan pengabdian dilakukan pelatihan kepada pegawai BCC untuk mengelola data sehingga informasi yang ditampilkan selalu update dan real-time. Hasil luaran penelitian adalah platform berbasis web dengan fitur dua bahasa sebagai media promosi produk BCC secara digital. Respon dari pegawai BCC sangat terbantu dengan adanya website tersebut karena pengelolaan informasi BCC dan katalog produk menjadi lebih mudah dan tersimpan dalam database.

Kata kunci: Blimbingsari Creative Craft, Digitalisasi, Katalog Produk, Website

1. PENDAHULUAN

Banyuwangi memiliki banyak warisan seni, tradisi, adat budaya serta puluhan destinasi wisata hingga dikenal dengan kota pariwisata. Banyuwangi mempunyai potensi wisata yang memiliki cagar alam dan taman nasional, serta keindahan pantainya menjadikan Banyuwangi sebagai objek wisata lokal maupun mancanegara (Fariha, 2022). Oleh-oleh cinderamata merupakan salah satu objek yang menjadi ciri khas kearifan lokal setempat, selain itu cinderamata

juga menjadi barang oleh-oleh bagi para wisatawan, setelah mereka berlibur dan bersantai menikmati keindahan daerah wisata. Oleh-Oleh Cenderamata sesuai dengan hasil kerajinan tangan khas daerah Banyuwangi, antara lain udeng khas Suku Osing, baju khas Banyuwangi, kain batik gajah oling, kerajinan Belerang, kerajinan rotan, kerajinan bambu, kerajinan batok kelapa, kerajinan kerang, miniatur barong, miniatur gandrung dan miniatur objek- objek wisata yang ada di Banyuwangi untuk meningkatkan daya ingat wisatawan (Budi, 2018).

Kreasi produk mampu dijadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kinerja pemasaran, persaingan dalam dunia industri tidak hanya mengenai harga dan kualitas produk, namun juga inovasi produk yang digunakan sebagai strategi pemasaran agar kinerja pemasaran meningkat dan perusahaan juga memiliki kesempatan lebih maju dan unggul dari pesaingnya karena perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh pasarnya. Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk dan pelayanan- pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi, perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk area inovasi. Inovasi akan menciptakan nilai tambah dari suatu produk tersebut. Salah satu inovasi produk yang bersumber dari faktor produksi adalah pengembangan kerajinan tangan yang dibuat dengan bahan dari sumber alam sekitar.

Banyuwangi mempunyai potensi wisata alam dan adat budaya yang sangat menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Hal ini menjadi potensi pelaku usaha cenderamata khas Banyuwangi untuk terus mengembangkan usahanya. Blimbingsari Creative Craft (BCC) adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha kerajinan yang berdiri sejak tahun 2003. Pemasaran telah dilakukan sampai di tingkat mancanegara. BCC juga sering mendapatkan bantuan pendanaan dari Pemerintah untuk mengembangkan usahanya. Meskipun sudah mencapai target konsumen dari luar negeri, namun saat ini BCC masih belum memiliki sebuah website untuk menampilkan informasi profil Perusahaan dan produk-produk yang dijual.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh tim Pengabdian Politeknik Negeri Banyuwangi (Poliwangi) diperlukan digitalisasi dalam pengelolaan informasi usaha dan produk yang dihasilkan oleh BCC agar memudahkan konsumen dalam mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja. Diperlukan adanya translasi ke bahasa asing agar memudahkan konsumen mancanegara mengakses informasi. Hal ini dilakukan oleh Tim Pengabdian sebagai upaya dukungan kepada BCC agar dapat memperluas jejaring promosi sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran yang lebih luas lagi.

2. METODE

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian Poliwangi melakukan beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Observasi lapang dan analisa kebutuhan mitra

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan tinjau lapang ke tempat usaha BCC untuk melakukan wawancara dan diskusi permasalahan yang dialami, dan mencari solusi penyelesaian permasalahan. Setelah mengetahui permasalahan maka tim pengabdian segera melakukan koordinasi internal tim untuk memutuskan kegiatan apa yang akan dilaksanakan sebagai solusi dari permasalahan yang dialami oleh BCC.

2. Pembuatan website company profile dan katalog produk BCC

Tahap ini dilakukan perancangan sistem dan membangun sebuah aplikasi berbasis web dengan tujuan untuk memudahkan admin BCC dalam mengelola informasi BCC seperti profil Perusahaan, artikel kegiatan yang telah dilakukan, kerjasama dengan pihak luar dan tidak kalah pentingnya adalah pengelolaan data produk (katalog produk).

3. Pelatihan dan pendampingan cara pengelolaan website

Tahapan selanjutnya adalah melakukan pelatihan dan pendampingan cara kerja website kepada admin BCC. Pelatihan dan pendampingan ini untuk memastikan bahwa aplikasi yang telah dibangun sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh BCC.

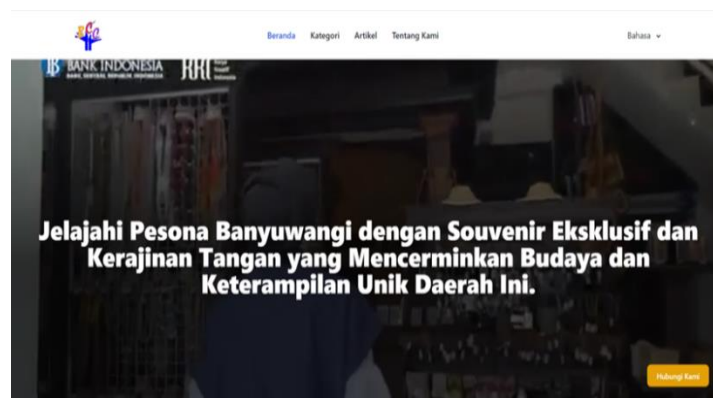
4. Evaluasi dan monitoring kegiatan

Evaluasi dan monitoring kegiatan dilakukan secara intensif oleh tim pengabdian dengan tujuan agar pelaksanaan kegiatan pengabdian telah berjalan sesuai dengan rencana dan target yang telah ditetapkan. Evaluasi dan monitoring dilakukan di setiap tahapan kegiatan sehingga kendala yang mungkin terjadi dapat segera diselesaikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

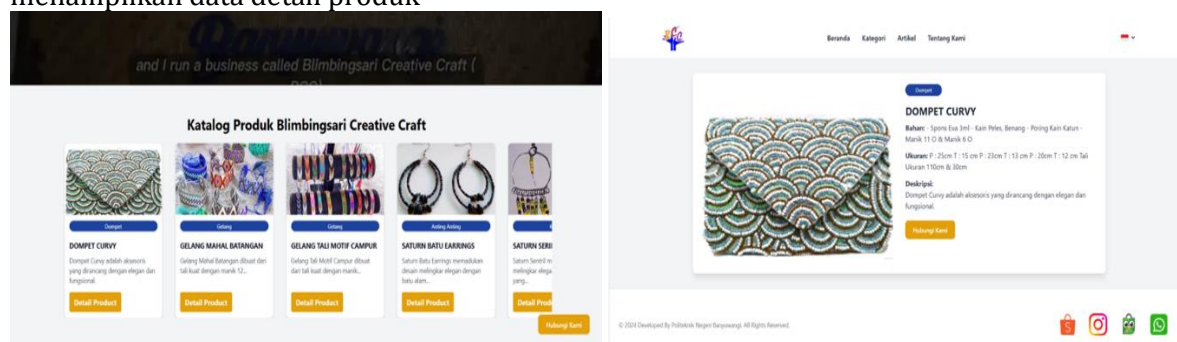
Hasil dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebuah website yang digunakan untuk mengelola informasi Perusahaan dan mengelola produk-produk yang dipasarkan oleh BCC.

Aplikasi ini dibuat secara dinamis sehingga admin BCC dapat mengelola informasi BCC dan mengenalkan produk BCC kepada masyarakat yang lebih luas. Website yang dibangun sudah mendukung layanan translasi ke bahasa inggris agar pangsa pasar menjadi lebih luas untuk menjangkau calon konsumen dari mancanegara. Pada halaman awal website, masyarakat dapat melihat informasi profil BCC, artikel kegiatan BCC dan kerjasama BCC yang sudah terjalin dengan pihak eksternal. Halaman beranda dari website BCC dapat dilihat pada Gambar 1.



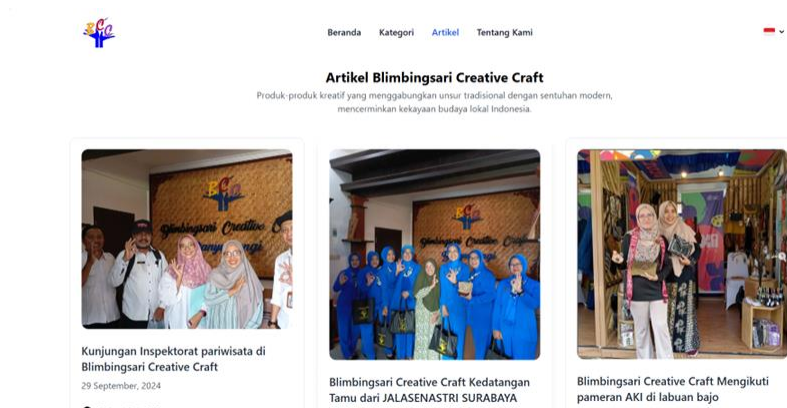
Gambar 1. Tampilan Halaman Beranda Website BCC

Pada halaman beranda, pengunjung juga dapat melihat seluruh produk kerajinan yang telah diproduksi oleh BCC dan siap dipasarkan seperti yang terlihat pada Gambar 2. Ketika pengunjung website menekan tombol "Detail Produk" maka akan diarahkan ke halaman yang menampilkan data detail produk



Gambar 2. Berbagai produk dan tampilan detail produk di website

Pengunjung dapat melihat informasi artikel yang berkaitan dengan BCC seperti yang terlihat pada Gambar 3.



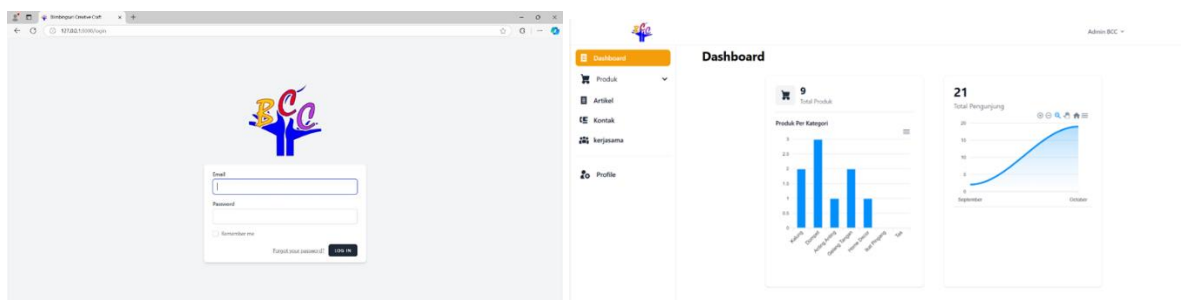
Gambar 3. Informasi mengenai BCC Banyuwangi

Masih pada halaman beranda, pengunjung website dapat melihat pihak-pihak yang telah bekerjasama dengan BCC, seperti yang terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Informasi data kerjasama BCC

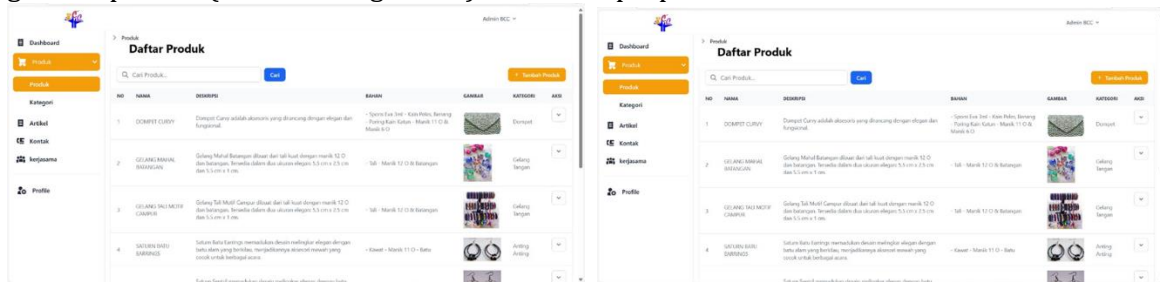
Untuk memudahkan pengelolaan aplikasi maka admin BCC diberikan akses untuk memudahkan dalam menambahkan ataupun mengubah data. Gambar 5 memperlihatkan tampilan menu login untuk admin BCC agar bisa masuk ke dalam dashboard admin. Setelah admin BCC memasukkan username dan password secara benar, maka admin BCC akan masuk ke dalam halaman dashboard yang menampilkan rekapitulasi produk berdasarkan kategori produk dan total pengunjung yang telah mengakses website BCC. Fitur yang ada pada akun admin BCC adalah kelola data seperti kategori produk, data produk, artikel, kontak, kerjasama dan profile.



Gambar 5. Menu Login admin BCC

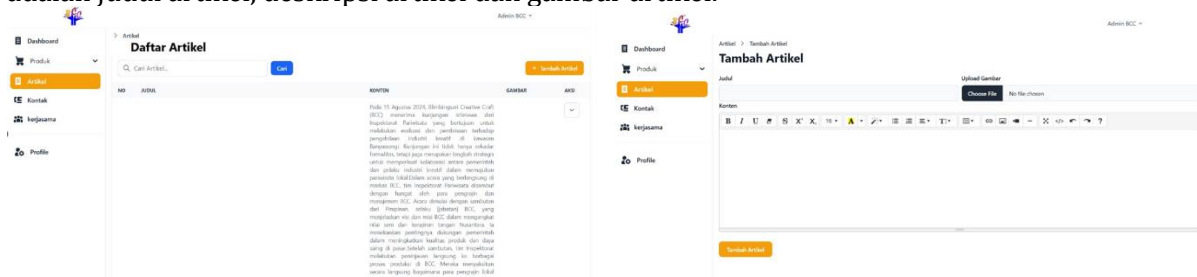
Pada gambar 6 memperlihatkan menu Produk dimana admin BCC dapat melihat daftar produk yang telah dimasukkan sebelumnya. Ketika admin BCC akan menambahkan data produk

dapat menekan tombol “Tambah Produk” untuk menambahkan data nama produk, bahan, ukuran, gambar produk (maksimal 4 gambar) dan deskripsi produk.



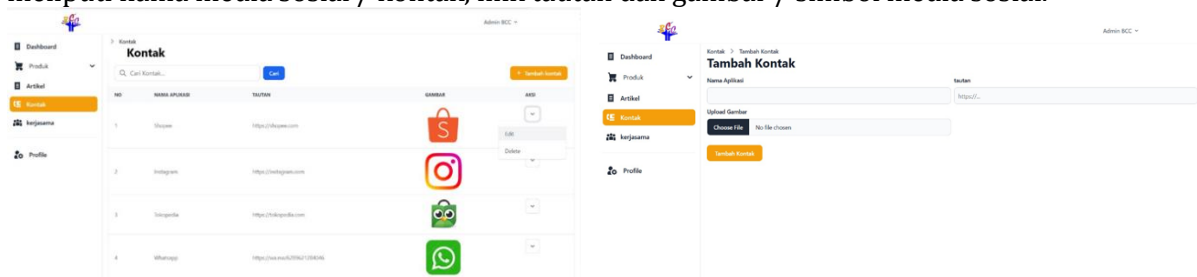
Gambar 6. Menu kelola data dan menampilkan produk BCC

Untuk mengelola data artikel yang akan di publish di halaman beranda maka admin BCC dapat memilih menu “Artikel” seperti yang ada pada gambar 7. Data artikel yang dimasukkan adalah judul artikel, deskripsi artikel dan gambar artikel.



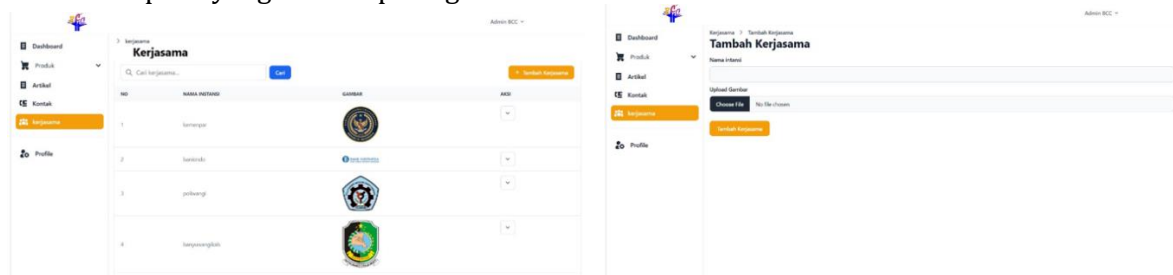
Gambar 7. Kelola data Artikel BCC

BCC selama ini sudah memiliki media sosial namun belum terlalu banyak yang tahu, sehingga melalui website ini nantinya pengunjung dapat mengetahui data media sosial yang dimiliki oleh BCC. Gambar 8 memperlihatkan menu kelola kontak. Data yang dimasukkan meliputi nama media sosial / kontak, link tautan dan gambar / simbol media sosial.



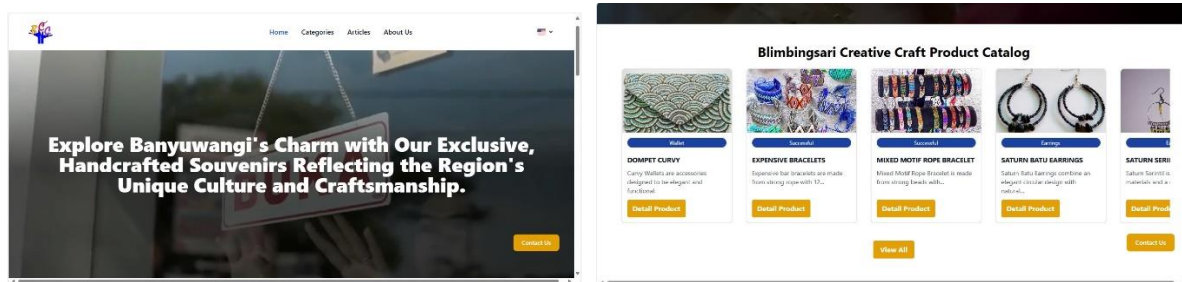
Gambar 8. Kelola data media sosial BCC

Untuk data kerjasama bisa ditambahkan melalui menu “kerjasama” dengan memasukkan nama instansi dan gambar sehingga data akan bisa langsung dilihat oleh pengunjung di halaman beranda seperti yang terlihat pada gambar 9.



Gambar 9. Kelola data kerjasama BCC

Untuk memfasilitasi konsumen yang berasal dari luar negeri telah dipersiapkan fitur translasi dalam bahasa inggris seperti yang terlihat pada gambar 10.



Gambar 10. Website versi Bahasa Inggris

Keseluruhan fitur yang ada dalam website profil dan katalog produk BCC telah dipresentasikan kepada pimpinan dan pegawai BCC. Pelatihan dan pendampingan pengisian data juga telah dilakukan oleh tim pengabdian kepada admin BCC. Respon yang diberikan adalah seluruh fitur telah berjalan secara fungsional dan sesuai dengan kebutuhan pihak BCC.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan di Blimbingsari Creative Craft (BCC) telah dilakukan dan berhasil mendapatkan respon yang positif dari mitra. Hal ini dapat disimpulkan bahwa program yang dilakukan secara efektif telah mencapai tujuan yang ditetapkan. Dengan adanya media website yang bisa dikelola secara dinamis oleh admin BCC sangat memudahkan dalam melakukan perubahan data sewaktu-waktu sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat terus *ter-update* secara *real time*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah memberikan pendanaan sehingga kegiatan pengabdian ini bisa terlaksana dengan baik. Selain itu tim pengabdian juga berterimakasih kepada Blimbingsari

Creative Craft (BCC) yang telah bekerjasama dan berpartisipasi pada kegiatan pengabdian ini sehingga kegiatan bisa terlaksana sesuai dengan waktu dan target yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho, L., Hidayah, N., Ali, A., & Badawi, A. 2020. E-Commerce to Improve Homemaker Productivity (Women Entrepreneur Empowerment at Meruya Utara, Kembangan District, West Jakarta, Indonesia). *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 13-24.
- Suwiryawanti. 2021. Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini. *Jurnal ilmiah Populer: Wisyabhakti*. 3(2):75-82.
- Frank. 2011. Preferensi Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis Telekomunikasi dan Informatika*. 6(3): 80-88.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15, Pearson. India.