

Desain *Website Profile Product* Untuk Usaha Totebag “Flybag” Sebagai Media Pemasaran Hasil Karya Anak Disabilitas

Yusran Bin Acho ¹⁾, Setyaji Safa Bharanaty ²⁾, Reiny Ditta Myrtanti ³⁾

^{1,2)}Bisnis Digital, Institut Teknologi Nasional Malang

³⁾Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional Malang

Jl. Sigura-gura 2 Malang

Email : mohammadyusran1@gmail.com

Abstrak. Keterbatasan fisik bukanlah penghalang bagi penyandang disabilitas dalam mengembangkan potensi diri yang mereka miliki. Banyak penyandang disabilitas yang mampu menghasilkan karya-karya atau kreasi produk yang tidak dapat dipandang sebelah mata dan memiliki nilai jual yang tidak kalah dengan hasil karya lainnya. Hanya saja karena keterbatasan informasi dan penggunaan media pemasaran, menyebabkan hasil karya penyandang disabilitas tersebut belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, yang umumnya informasi tersebut hanya dapat diperoleh dari masyarakat sekitar tempat tinggal mereka. Website dapat menjadi media atau media pemasaran yang digunakan dalam mempengaruhi masyarakat sebagai konsumen atau calon konsumen untuk membeli suatu produk, serta didesain sesuai permintaan dan kebutuhan user (pengguna). Hal ini menjadi gagasan bagi penulis untuk mendesain website yang terfokus pada produk totebag dengan cover dari lukisan anak-anak disabilitas. Dengan menggunakan media pemasaran berupa website, maka informasi apapun yang terkait dengan produk tersebut dapat diakses secara online oleh publik atau masyarakat luas. Tampilan visual pada website dibuat semenarik mungkin dengan menampilkan katalog produk. Pengunjung website juga dapat menghubungi admin usaha (contact person) bila membutuhkan informasi lebih lanjut terkait dengan produk yang terdapat pada katalog. Melalui website, produk yang dijual akan lebih cepat dikenal oleh publik atau masyarakat luas, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan daya beli konsumen terhadap produk tersebut.

Katakunci: *website profile product*, totebag, media pemasaran, anak disabilitas

1. Pendahuluan

Penyandang disabilitas mempunyai hak, kewajiban, kesempatan dan peran yang sama seperti masyarakat Indonesia lainnya tanpa ada perbedaan, terutama dalam meraih dan mendapatkan pendidikan, hidup yang layak, serta kemampuan dalam menghasilkan karya atau kreasi yang bernilai jual [1]. Adanya keterbatasan terutama fisik dari penyandang disabilitas tidak menjadi penghalang dalam mengembangkan potensi yang mereka miliki [2].

Hasil karya penyandang disabilitas kadang kala dipandang sebelah mata oleh masyarakat umum, namun kenyataannya hasil karya tersebut juga memiliki nilai jual yang dapat bersaing dengan hasil karya lainnya. Hanya saja karena keterbatasan informasi dan penggunaan media pemasaran, menyebabkan hasil karya penyandang disabilitas tersebut belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, dimana umumnya informasi tersebut hanya dapat diperoleh dari masyarakat sekitar tempat tinggal mereka [3]. Pemasaran yang dilakukan selama ini masih secara konvensional (sederhana), dan ini menjadi gagasan bagi kami sebagai penulis untuk mendesain suatu media informasi sebagai sarana pemasaran hasil karya penyandang (anak) disabilitas melalui *website profile product*.

Website dapat menjadi media atau sarana yang digunakan dalam mempengaruhi masyarakat sebagai konsumen atau calon konsumen untuk membeli suatu produk [4]. Website akan didesain sesuai dengan permintaan dan kebutuhan user (pengguna). Saat ini website yang kami (penulis) desain masih terfokus pada produk *totebag* yang covernya menggunakan lukisan dari penyandang (anak) disabilitas, sehingga dengan menggunakan media pemasaran berupa website, maka informasi apapun yang terkait dengan produk tersebut dapat diakses secara online oleh publik atau masyarakat luas.

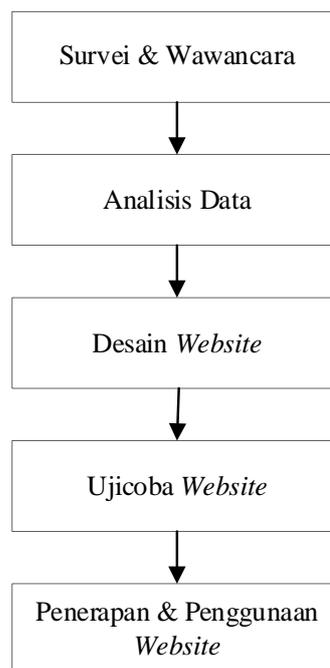
Dalam desain website akan ditampilkan profil dari usaha totebag, dokumentasi atau foto produk totebag dengan cover hasil lukisan dari anak disabilitas, dan *contact person* admin. Desain website akan memperlihatkan tampilan visual yang lebih menarik, sehingga dapat memikat konsumen dan calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Melalui *website profile product* yang didesain diharapkan akan semakin banyak masyarakat yang mengenal produk yang dipasarkan dan respon

pembelian akan semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengunjung yang melihat *website* tersebut.

2. Pembahasan

Website profile product akan menampilkan beberapa informasi yang terkait dengan pemasaran produk *totebag*, antara lain: (1) Profil usaha, (2) Informasi dokumentasi / foto produk (*totebag*) dengan cover berupa lukisan dari anak disabilitas, serta (3) *Contact Person* dan lokasi tempat penjualan. Selain itu, tampilan dari *website* ini akan memerlukan *user interface* yang fungsinya agar admin atau pengelola usaha dapat menambahkan, mengubah dan menghapus tampilan *website*, serta dapat menerima respon dari pengunjung *website*.

Pelaksanaan desain *website* akan melalui beberapa tahapan proses, yaitu:



Gambar 1. Tahapan Proses

(1) Survei dan Wawancara

Survei dan wawancara dilakukan pada pemilik usaha *totebag* dengan brand “Flybag” yang membuat produk *totebag* dengan cover menggunakan lukisan karya anak-anak disabilitas. Pembahasan materi wawancara terkait dengan informasi usaha yang dijalankan, produk *totebag* (bahan dan proses pembuatan), anak-anak disabilitas yang menjadi pelukis dari cover *totebag*, serta metode pemasaran dan penjualan produk saat ini.

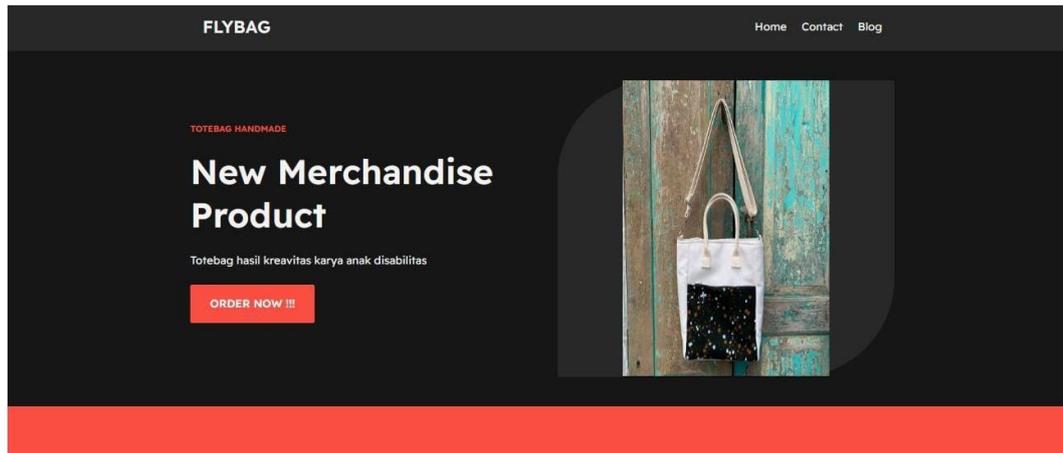
(2) Analisis Data

Hasil analisis data didapatkan dari informasi-informasi yang diperoleh dari proses survei dan wawancara. Informasi tersebut menjadi data yang akan digunakan dalam proses selanjutnya, yaitu proses desain *website*.

(3) Desain Website

Website yang dibuat akan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pengguna atau pemilik usaha. Desain dibuat *se-simple* mungkin, agar memudahkan admin untuk melakukan perubahan atau penambahan konten pada *website* tersebut, sesuai dengan keinginan pemilik usaha. Katalog produk dapat berubah sewaktu-waktu, karena disesuaikan dengan hasil karya yang telah dibuat oleh pelukis. Item gambarnya pun tidak akan sama untuk setiap produk.

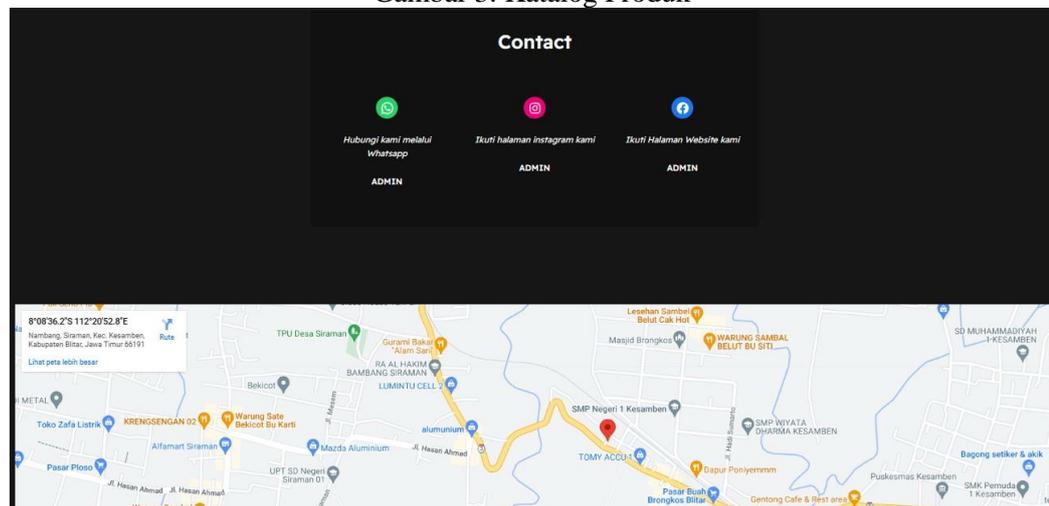
Tampilan dari desain *website profile product totebag* “flybag” adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Tampilan muka dari *website*



Gambar 3. Katalog Produk



Gambar 4. *Contact Person* dan Lokasi Tempat Usaha

(4) Ujicoba *Website*

Setelah proses desain telah selesai dan sesuai dengan tampilan yang diinginkan oleh pengguna atau pemilik usaha, kemudian tahapan selanjutnya adalah melakukan ujicoba *website* sehingga dapat diakses secara *online*, melalui laman url <https://flybaghandmade.000webhostapp.com/> Pada tahapan ini juga dilakukan penyebaran kuesioner terkait tampilan dan kemudahan akses *website* oleh pengunjung. Adapun hasil dari responden (pengunjung *website*) yang mengisi kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pengisian Kuesioner oleh Pengunjung *Website*

No	Pertanyaan	Jumlah Responden yang Menjawab			
		Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Apakah tampilan <i>Web Profile</i> sudah baik?	0	0	16	6
2	Apakah menu di <i>website</i> sudah baik?	0	0	13	9
3	Apakah tampilan produk di <i>website</i> sudah baik?	0	2	14	6
4	Apakah <i>website profile product</i> ini dapat menjadi media pemasaran yang baik?	0	0	12	10
Total		0	2	55	31
Total Keseluruhan		88			

Dari hasil kuesioner tersebut terlihat bahwa jumlah responden yang setuju terkait dengan tampilan website, menu, tampilan produk dan kelayakan dari *website profile product* untuk menjadi media pemasaran yang baik adalah sebanyak 55 orang, sedangkan yang menjawab sangat setuju adalah sebanyak 31 orang, tidak setuju sebanyak 2 orang, dan tidak ada responden yang menilai sangat tidak setuju. Jadi bisa disimpulkan bahwa *website profile product* dari “*flybag*” bisa dijadikan media pemasaran untuk produk *totebag*.

(5) Penerapan dan Penggunaan *Website*

Website Profile Product sudah bisa digunakan bila telah sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna (pemilik usaha), serta dapat diakses dengan mudah secara *online* dengan menggunakan *web browser*, baik melalui *Mozilla Firefox* maupun *Google Chrome*.

3. Kesimpulan

Penggunaan *website profile product* akan lebih efektif dalam sebagai media pemasaran produk dibandingkan dengan menggunakan pola pemasaran konvensional, dimana produk yang dijual akan lebih cepat dikenal oleh publik atau masyarakat luas, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan daya beli konsumen terhadap produk tersebut. *Website Profile Product Totebag “Flybag”* didesain untuk memperkenalkan produk *totebag* yang covernya dilukis oleh anak-anak disabilitas. Tampilan visual pada *website* disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna (pemilik usaha), yang dibuat semenarik mungkin dengan katalog produk yang dapat diubah sewaktu-waktu sesuai dengan karya yang dihasilkan oleh anak-anak disabilitas. Pengunjung *website* juga dapat menghubungi admin usaha (*contact person*) bila membutuhkan informasi lebih lanjut terkait dengan produk yang terdapat pada katalog.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam proses penulisan makalah ini, terutama kepada:

1. Dosen-dosen pembimbing
2. Rekan-rekan mahasiswa Bisnis Digital S1 ITN Malang
3. Tim dari Rumah Kinasih sebagai *partner* anak-anak penyandang disabilitas,
4. Pelukis *totebag* yang merupakan anak-anak penyandang disabilitas, terima kasih atas partisipasi, kreativitas dan semangat kalian yang menginspirasi kami untuk mendesain *website profile product totebag “Flybag”*
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk “*Flybag*” sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas sebagai hasil karya anak-anak disabilitas.

Daftar Pustaka

- [1]. Yatim, R. T, 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Café Mella House of Donuts*. Universitas Islam Negeri Alauddin.
- [2]. International Labour Organization, 2015. *Inklusi Penyandang Disabilitas Muda : Kasus Bisnis*. International Labour Office.
- [3]. Myrtanti, R. D., dkk, 2022. Implementasi *Website* Paguyuban Lentera Kasih Sebagai Sarana Pemasaran Produk Kreasi Penyandang Disabilitas. *Jupiter: Jurnal Pendidikan Teknik Elektro*, 07(02), pp.33-38.
- [4]. Tjiptono, Fandy dan Chandra, G., 2017. *Pemasaran Strategik*. Penerbit ANDI.