

STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI LEMBAGA SOSIAL DENGAN MEMANFAATKAN APLIKASI PEMASARAN BERBASIS ANDROID (Studi kasus pada unit bisnis kidpreneur di Yayasan AL MADINA Surabaya)

Muchammad Saifuddin

¹Prodi Manajemen
UIN Sunan Ampel Surabaya¹, Politeknik NSC Surabaya²
saifuddin@uinsby.ac.id.

ABSTRACT

Digital Marketing which is all marketing efforts use electronic devices / internet, with a variety of marketing tactics and digital media where we can communicate with potential customers who spend time online. With the development of the times that prioritizes technology, author took the initiative to make optimal use of using marketing media effectively, namely by implementing Android Application to gain the profit of social foundation, the purpose of this research is making it easier for customers to find out online information about experience users in consuming products or brands, with the main goal to reach customers and can lead to profit.

Key Words: *Digital Marketing, Android, Social Foundation*

PENDAHULUAN

Data Kementerian Sosial Republik Indonesia menyebutkan ada sekitar 5.000 sampai 8.000 panti asuhan di Indonesia, dan hanya 1 persen yang diselenggarakan oleh pemerintah. (Badan Pusat Statistik 2018) Untuk menunjang finansial operasional panti, tidak ada solusi terbaik kecuali memberdayakan unit bisnis dan masyarakat panti, salah satu panti yang ada adalah Yayasan Al-Madina Surabaya (YAS) alasan memilih lembaga sosial ini adalah inovasi dalam pemberdayaan anak yatim. Yayasan Al-Madina memiliki 4 (empat) program unggulan yaitu bidang pendidikan, bidang sosial, bidang keagamaan, dan bidang kewirausahaan. Yayasan Al-Madina Surabaya adalah salah satu Yayasan yang mandiri dengan program unggulan KidsPreneur. Program KidsPreneur Center merupakan pelatihan dan pengajaran kewirausahaan kepada anak-anak sejak usia dini. Dalam bidang kewirausahaan, perlu adanya strategi pemasaran demi kelancaran dalam menjual suatu produk. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Seperti halnya Yayasan yang telah kami kunjungi, mereka memasarkan produknya dengan menjualnya di sekitar daerah tempat mereka tinggal dan juga menitipkan di kantin-kantin sekolah. Dalam hal ini, promosi produk tersebut masih kurang jika mereka hanya memasarkan produknya dengan menitipkan di kantin-kantin sekolah. Berdasarkan permasalahan di atas, dapat dilihat bahwa teknologi sudah berkembang dengan pesat, maka diperlukan suatu media yang dapat membantu dan memberikan informasi dengan cepat. *Pemasaran Digital* merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak disukai oleh masyarakat hal tersebut dipilih untuk mendukung berbagai kegiatan yang mereka lakukan. Hal ini sangat menguntungkan bagi produsen dan konsumen karena trend pemasaran di dunia sudah beralih dari yang semula

konvensional / tradisional (*offline*) menjadi digital / modern (*online*). Masyarakat sekarang lebih memilih mencari informasi melalui media sosial yang berbasis internet, sehingga upaya strategi *digital marketing* ini lebih efisien untuk jangka ke depannya karena calon konsumen dapat menggali segala informasi mengenai produk dengan mudah dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time*. Dengan adanya *digital marketing*, kegiatan promosi dan pencarian pasar lebih mudah dengan memanfaatkan berbagai sarana, misalnya jejaring sosial. *Digital marketing* juga tidak khawatir akan dibatasi oleh geografis ataupun waktu. Untuk memaksimalkan pemanfaatan perkembangan digital, penulis ingin mewujudkannya dengan membagi informasi melalui website dan aplikasi yang tujuan untuk mempermudah konsumen dalam mengakses tanpa adanya batasan waktu.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi pembuatan aplikasi pemasaran berbasis android dan dampaknya terhadap yayasan

Manfaat penelitian ini berupa sumbangan pemahaman lebih lanjut mengenai implementasi digital marketing berbasis aplikasi android dan manfaat untuk masyarakat dan praktisi di dalam memberikan solusi efektif dalam memasarkan produk, khususnya pada lembaga sosial.

Tinjauan Pustaka Pemasaran Digital

Menurut Saifuddin (2014) Pemasaran digital adalah sebuah penggunaan teknologi elektronik terutama dalam bentuk teknologi informasi untuk melakukan segala proses bisnis termasuk didalamnya kegiatan jual beli produk, jasa dan informasi, meningkatkan permintaan, melayani pelanggan dengan sentuhan digital.

Pemasaran adalah suatu proses dimana perusahaan melibatkan pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan menciptakan nilai dan kepuasan dari

pelanggan (*Customer Value or Satisfaction*) untuk mendapatkan profit dan equitas customer sebagai imbalannya. Pemasaran merupakan sebuah alat atau instrumen yang dibutuhkan oleh seorang pengusaha untuk mengenalkan produknya ke calon customer agar produknya dikenal dan sebagai penguat customer.

Aplikasi Pemasaran berbasis android

Menurut Solih (2013) Aplikasi adalah *software* yang dibuat oleh suatu perusahaan komputer untuk mengerjakan tugas-tugas tertentu, misalnya Ms.World, Ms.Excel, dan lain-lain. Sedangkan Android merupakan sistem operasi yang dikembangkan untuk perangkat mobile berbasis Linux. Pada awalnya sistem operasi ini dikembangkan oleh Android Inc. yang kemudian dibeli oleh Google pada tahun 2005. Dalam usaha mengembangkan Android, pada tahun 2007 dibentuklah Open Handset Alliance (OHA), sebuah konsorsium dari beberapa perusahaan, yaitu *Texas Instruments, Broadcom Corporation, Google, HTC, Intel, LG, Marvell Technology Group, Motorola, Nvidia, Qualcomm, Samsung Electronics Sprint Nextel, dan TMobile* dengan tujuan untuk mengembangkan standar terbuka untuk perangkat mobile. Pada tanggal 9 Desember 2008, diumumkan bahwa 14 orang anggota baru akan bergabung dengan proyek Android, diantaranya PacketVideo, ARM Holdings, Atheros Communications, Asustek Computer Inc, Garmin Ltd, Softbank, Sony Ericsson, Toshiba Corp, dan Vodafone Group Plc. Secara umum pembuatan aplikasi terbagi menjadi dua cara yang pertama dengan menggunakan coding merancang dari nol dan yang kedua tanpa coding. Dalam hal pembuatan aplikasi pun ada yang berbayar dan ada juga yang gratis. Untuk pembuatan aplikasi dengan coding dan merancang dari nol bisa menggunakan salah satunya yaitu android studio namun jika kita menggunakan software tersebut memerlukan RAM / penyimpanan memory yang besar dikarenakan aplikasi yang berat. Selain itu, ada juga pembuatan aplikasi tanpa coding yang gratis bisa memakai diantaranya seperti app geysers dan juga app yet daalm penelitian ini peneliti menggunakan app geysers dan appyet.

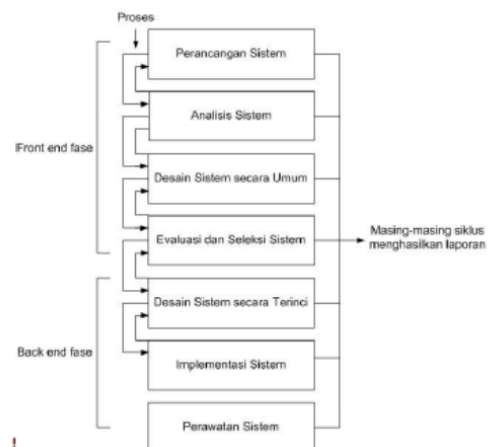
Metode

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *System Development Life Cycle* (SDLC) yang terdiri dari 7 subsiklus: Sholih (2014)

- a. Perencanaan Sistem (*System Planning*) yaitu perencanaan sistem yang akan dikembangkan sesuai dengan perumusan masalah yang didapat, kemudian mendefinisikan masalah yang ada untuk ditinjau lebih lanjut sehingga terkait dengan tahapan selanjutnya. Perencanaan sistem menyangkut estimasi dari kebutuhankebutuhan data dalam pembuatan program yang dibutuhkan.
- b. Analisa Sistem (*System Analyze*) Menganalisa sistem yang lama dengan mengidentifikasi masalah, memahami masalah serta menganalisis sistem sesuai dengan permasalahan yang ada dan menggantikannya dengan sistem yang baru.
- c. Desain Sistem Secara Umum, tahapan ini adalah

analisa dari semua unsur sistem yang terpilih dan akan dikembangkan tanpa merujuk pada spesifikasi hardware ataupun software serta memberikan gambaran umum tentang sketsa sistem yang akan dikembangkan. Memberikan gambaran secara umum tentang sistem seperti mengidentifikasi secara logic tentang use case dari aplikasi kumpulan doa harian berbasis android yang dilakukan.

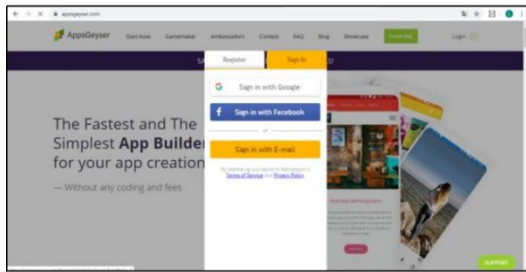
- d. Evaluasi dan Seleksi Sistem, dalam tahapan ini berupa perancangan bagaimana suatu sistem dibentuk baik dari hardware maupun software kedalam model model yang digunakan dalam perancangan sistem
- e. Desain Sistem Secara Terinci, dalam tahapan ini peneliti menterjemahkan hasil rancangan sistem kedalam suatu teknologi dimana perlu mengevaluasi dan menyeleksi sistem yang telah dirancang secara terinci, seperti menyeleksi bahasa pemrograman, database, software, sistem operasi dan spesifikasi hardware yang digunakan dalam pengembangan sistem.
- f. Implementasi Sistem, yaitu tahapan alam membangun sebuah sistem berdasarkan hasil analisis data, yang akan menjawab permasalahan penelitian.
- g. Perawatan Sistem, merupakan tahap akhir dimana data dapat dipastikan bahwa secara sistematis sistem informasi dapat diperbaiki dan dikembangkan. Tahapan ini merupakan tahap terakhir dari SDLC dimana dapat dipastikan bahwa perancangan aplikasi berbasis android yang dilakukan pada tahap ini perlu adanya perawatan baik secara hardware maupun secara software. Tahapan ini sangatlah penting karena dengan adanya perawatan sistem kita akan bisa memantau secara berkala bagaimana progres dan problematika selama aplikasi berbasis android ini sedang berjalan hingga mencapai tahap penyempurnaan aplikasi apabila sewaktu-waktu ketika aplikasi sedang bermasalah kita bisa segera memperbaiki dan menyempurnakan aplikasi tersebut.



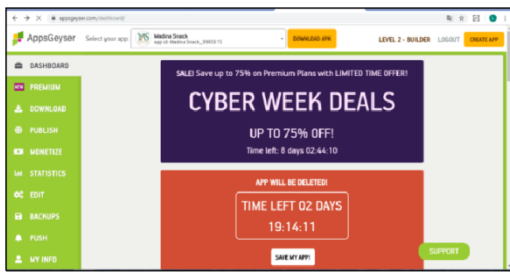
PEMBAHASAN

Aplikasi Pemasaran berbasis android

- 1) Untuk mengakses Appsgyeyser bisa melalui PC ataupun Handphone. Silahkan anda kunjungi situs Appsgyeyser dan pilih situs paling atas, yaitu <https://appsgyeyser.com>.
- 2) Klik “Login” pada bagian atas pojok kanan. Jika belum mempunyai akun Appsgyeyser harus melakukan “Register” terlebih dahulu, dan jika sudah mempunyai akun, maka akses “Sign In” dengan 3 pilihan akses, yaitu Sign in with Google, Facebook, ataupun E-mail.



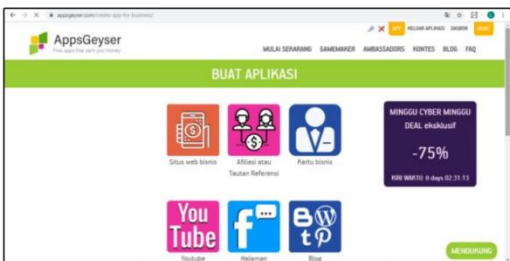
- 3) Pilih “Create App” pada bagian pojok kanan atas untuk memulai membuat aplikasi.



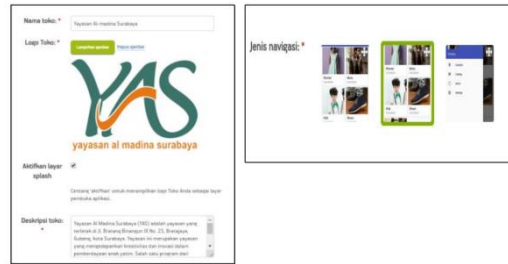
- 4) Ada 2 pilihan, anda pilih bagian kiri “Buat Aplikasi Untuk Menghasilkan”.



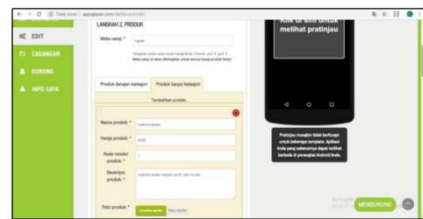
- 5) Ada beberapa pilihan sesuai dengan kebutuhan anda dalam membuat aplikasi. Untuk pembahasan langkah-langkah aplikasi terkait judul, maka anda pilih “Kartu Bisnis” serta mengisi beberapa persyaratan, ketentuan, dan kepentingan dalam aplikasi.



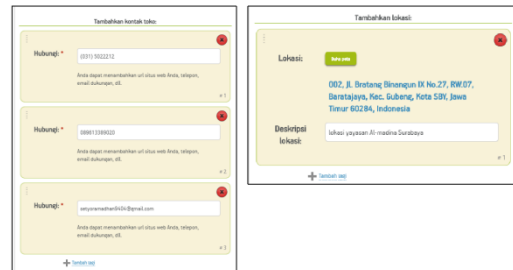
- 6) Kemudian langsung ke tahap “Edit” dan ikuti tahapan selanjutnya sesuai urutan. <http://appsgyeyser.com/dashboard/edit/>. Nama toko diisi sesuai dengan website pada aplikasi, centang “Aktifkan Layar Splash”, kemudian mengisi deskripsi toko dan jenis navigasi lainnya sesuai keinginan anda.



- 7) Selanjutnya yaitu produk, ketik “Rupiah” pada kolom mata uang. Kemudian ada 2 pilihan, yaitu “Produk Dengan Kategori” dan “Produk Tanpa Kategori”. Untuk “Produk Tanpa Kategori”, anda harus mengisi nama produk, harga produk, kode vendor produk, deskripsi produk, dan foto produk. Dalam pengisian produk bisa anda tambahkan sendiri sesuai jumlah produk yang akan dijual.



- 8) Selanjutnya yaitu simpan kontak. Isi beberapa kolom yang dibutuhkan, seperti nomor telepon, email, dan lain-lain. Klik “Buka Peta” untuk lokasi, kemudian menentukan titik lokasi akurat usaha anda, otomatis alamatnya sesuai dengan titik yang sudah ditandai. Deskripsi lokasi menjelaskan keberadaan lokasi agar tidak sulit jika dicari. Contoh: lokasi A berdekatan dengan rumah B dan C.



- 9) Selanjutnya ke pengaturan pesanan, centang semua kolom tersebut dan mengisi email manajer toko anda, kemudian tentukan warna tema aplikasi yang anda inginkan.



10) Selanjutnya yaitu pengisian nama aplikasi sebagai tampilan di Handphone anda. Versi aplikasi anda tidak dapat diubah, hanya meningkat, itu juga akan ditingkatkan secara otomatis ketika perubahan disimpan. Kemudian mengisi deskripsi tentang aplikasi dan ikon sebagai tampilan aplikasi anda. Setelah itu klik “Menyimpan”.

11) Selanjutnya klik “Download Apk” di bagian paling atas, kemudian anda bisa mendownloadnya dengan kode QR atau link <https://appsgeyser.com/dashboard/download>.



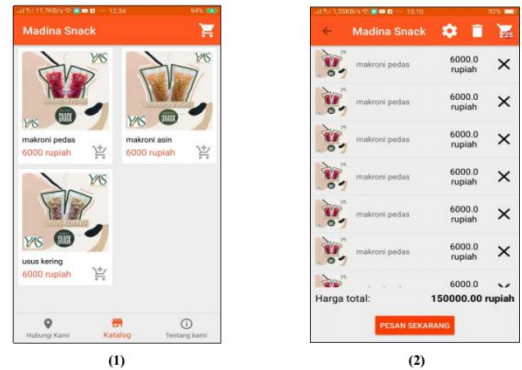
12) Setelah diinstal, maka tampilan aplikasi seperti di bawah ini:



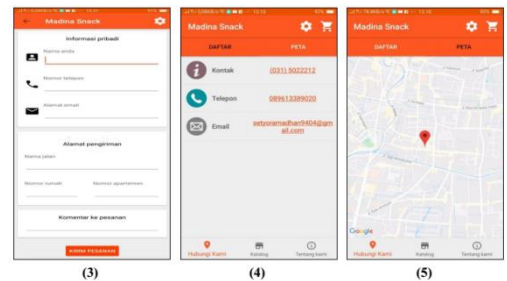
a. Gambar (1): Halaman yang pertama muncul adalah halaman katalog, di mana di sana

terdapat produk-produk dari Madina’s Snack yang dapat dibeli dengan cara memilih dahulu produk seperti apa yang akan di beli. Terdapat 3 pilihan rasa dan juga harga. Pembeli cukup mudah untuk mememesannya, hanya tinggal memilih produk mana yang akan dibeli dan mengklik ikon keranjang pada layar sebelah kanan, maka barang akan otomatis masuk dalam keranjang.

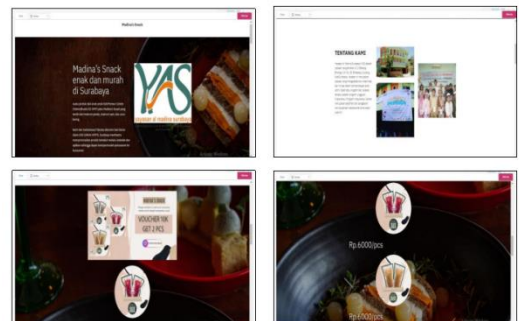
b. Gambar (2): Keranjang pojok kanan atas merupakan pesanan anda yang telah dipilih sesuai keinginan pemesan, dan di keranjang tersebut juga menampilkan total harga pesanan anda, selanjutnya anda bisa klik “Pesanan Sekarang”.



c. Gambar (3): Isi informasi pribadi dan alamat pengiriman yang sesuai dan juga kolom komentar ke pesanan terhadap kami, kemudian klik “Kirim Pesanan” d. Gambar (4) & (5): Tersedia kontak, telepon, dan email yang bisa dihubungi serta peta lokasi yang akurat dari usaha kami.



Tampilan website



Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini yaitu aplikasi Madina Snack dapat menampilkan produk produk dari Yayasan Al-Madina Surabaya (YAS) sehingga pengguna aplikasi lebih mengenal produk-produk tersebut. Sedangkan aplikasi berbasis website digunakan oleh admin untuk memanager produk-produk yang terdapat pada aplikasi tersebut. Dengan adanya aplikasi android ini kegiatan *Digital Marketing* berpotensi untuk membantu yayasan dalam memasarkan produknya. Dengan adanya aplikasi pemasaran berbasis android akan mempermudah yayasan dalam meningkatkan perekonomiannya sehingga tidak perlu khawatir lagi dengan batasan geografis dan juga waktu. Mulai dari pemesanan instan untuk menawarkan produk kepada konsumen, dengan menggunakan aplikasi ini untuk mempermudah pelanggan agar mengetahui informasi online tentang produk atau merk, dengan tujuan utama yaitu untuk meraih pelanggan yang dapat menghasilkan profit. Dengan adanya aplikasi pemasaran berbasis android unit usaha yayasan berupa KidsPreneur ini bisa mengatur target / pelanggan sesuai dengan demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan. Kemudian biaya yang digunakan juga jauh lebih murah daripada pasar konvensional serta jangkauannya pun lebih luas karena tidak terbatas geografis. Dengan adanya internet, pelanggan bisa terus mendapatkan informasi secara online untuk mengetahui produk dari KidsPreneur ini. Selain itu, pelanggan juga dapat memesan produk melalui aplikasi tanpa adanya batasan waktu sehingga strategi *digital marketing* ini sangat menguntungkan bagi konsumen dan produsen

KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa perubahan pada dunia pemasaran merupakan salah satu dampak dari adanya *Digital Marketing*, yaitu semua upaya pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital di mana kita dapat berkomunikasi dengan calon konsumen yang menghabiskan waktu di online. Maka dari itu, penulis memanfaatkan secara optimal dalam menggunakan media pemasaran secara efektif, yaitu dengan mengimplementasikan sebuah aplikasi pemasaran berbasis android untuk mempermudah pelanggan mengetahui informasi online tentang produk atau merk dari usaha KidsPreneur Yayasan Al-Madina Surabaya (YAS) sehingga dapat menghasilkan profit. *Digital Marketing* juga sangat

berpengaruh terhadap usaha ini dan juga berpotensi untuk membantu pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Selain itu, pelanggan juga dapat memesan produk melalui aplikasi tanpa adanya batasan waktu sehingga strategi *digital marketing* ini sangat menguntungkan bagi konsumen dan produsen.

Saran

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah menggunakan yayasan dan lembaga sosial lain yang memerlukan dukungan dalam pemasaran unit bisnis lembaga tersebut, atau masyarakat difabel

DAFTAR PUSTAKA

- “Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/> (Desember, 2019).
- Engel, Blackwell and PW. Miniard. 2007. *Consumer Behaviour*. Florida Dryden Press.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing*, 13th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Pradiani, Theresia. 2017. *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. Jibeka, Vol. 11, No. 2, 47.
- Saifuddin, M. 2013. Pengaruh Jenis Endorser dan Brand Name terhadap Sikap Atas Iklan, Sikap Atas Merk dan Niat Pembelian pada Produk High dan Low Involvement. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA) | Journal of Economics and Business Airlangga*, 23(3).
- Saifuddin, M. 2014. E-Marketing Dalam Pandangan Bisnis. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 1(1), 47-52.
- Saifuddin, M. 2015. Pengaruh Kebutuhan, Tempat, Harga Dan Produk Terhadap Minat Kuliah Karyawan Dipakuwon Supermall. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 2(2015), 10-16.
- Solomon, M.R. 2004. *Consumer Behaviour*, 6th Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Simamora. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Cetakan kedua, percetakan PT Sun, Jakarta
- Sholih, Fachrul. 2014. *Perancangan Aplikasi Penjualan Batik Berbasis Android (Studi Kasusdi Batik Puspa Kencana, Laweyan, Solo)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.