



WEBSITE SEBAGAI ALAT BRANDING EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING CATERING OMAH KEPITING

Dias Wahyuaqil*, Rizky Dermawan

Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Surabaya,
Jawa Timur 60294, Indonesia

*22012010335@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Website memiliki peran penting dalam strategi branding, terutama bagi usaha kecil dan menengah seperti Omah Kepiting, sebuah bisnis kuliner yang berfokus pada produk olahan kepiting. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana optimalisasi website dapat menjadi alat branding yang efektif dalam meningkatkan daya saing Omah Kepiting di pasar yang semakin kompetitif. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan analisis literatur, penelitian ini mengeksplorasi elemen-elemen penting seperti desain website, pengalaman pengguna, SEO, serta konten yang relevan dan terpersonalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran website yang teroptimasi tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga memperkuat citra dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Selain itu, website memungkinkan Omah Kepiting untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mendukung pertumbuhan bisnis melalui strategi pemasaran digital yang lebih efisien. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya pemanfaatan website sebagai alat branding untuk meningkatkan daya saing bisnis kuliner lokal seperti Omah Kepiting.

Kata kunci: branding; daya saing; omah kepiting; pemasaran digital; UMKM; website

WEBSITE AS AN EFFECTIVE BRANDING TOOL TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF OMAH KEPITING CATERING

ABSTRACT

Websites play a crucial role in branding strategies, especially for small and medium-sized enterprises like Omah Kepiting, a culinary business focused on crab-based products. This article aims to analyze how website optimization can serve as an effective branding tool to enhance Omah Kepiting's competitiveness in an increasingly crowded market. Using a case study approach and literature review, this research explores key elements such as website design, user experience, SEO, and relevant personalized content. The findings indicate that a well-optimized website not only increases brand visibility but also strengthens consumer trust and brand perception. Additionally, the website allows Omah Kepiting to reach a broader audience and supports business growth through more efficient digital marketing strategies. The conclusion emphasizes the importance of leveraging websites as a branding tool to boost the competitiveness of local culinary businesses like Omah Kepiting.

Keywords: branding; competitiveness; digital marketing; omah kepiting; sme; website

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, memiliki situs web sangat penting untuk strategi pemasaran dan branding, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Bagi Catering Omah Kepiting, sebuah bisnis kuliner yang mengkhususkan diri dalam hidangan berbasis kepiting, memanfaatkan situs web untuk branding tidak hanya diperlukan, tetapi sangat penting untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin menantang. Situs web berfungsi sebagai wajah digital merek,

memungkinkan bisnis untuk menampilkan menu, menjelaskan proses pemesanan, dan membagikan testimoni pelanggan, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan potensial. Melalui optimisasi yang efektif, situs web dapat meningkatkan visibilitas merek di mesin pencari dan terintegrasi dengan strategi pemasaran digital lainnya, seperti media sosial. Pendekatan ini memungkinkan Catering Omah Kepiting untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan bersaing baik di tingkat lokal maupun lebih besar. Dengan secara sistematis membuat dan mengelola situs webnya, Catering Omah Kepiting dapat memperkuat identitas merek dan menarik lebih banyak pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis di pasar kuliner yang terus berkembang.

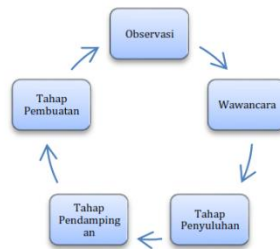
Website sebagai alat branding efektif bagi Catering Omah Kepiting bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan membangun identitas merek yang kuat, sehingga mudah diingat oleh konsumen. Website kini bukan sekadar alat pemasaran satu arah, melainkan bagian integral dari ekosistem pemasaran digital. Website berfungsi sebagai pusat interaksi dengan pelanggan, pengumpulan data, dan menghasilkan prospek, serta berperan besar dalam membangun kepercayaan pelanggan. Menurut Chaffey, D. (2020) Website harus responsif, dipersonalisasi, dan dioptimalkan untuk perangkat mobile untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Selain itu, website juga harus terintegrasi dengan saluran lain untuk menciptakan pengalaman omnichannel yang konsisten. Sedangkan menurut Deloitte (2022) website bisa digunakan untuk berbagai tujuan seperti promosi, penjualan, layanan pelanggan, serta membangun hubungan dengan pelanggan. Fitur pemesanan online memudahkan transaksi, sementara integrasi dengan strategi pemasaran digital seperti SEO dan media sosial memungkinkan jangkauan audiens yang lebih luas.

Kegiatan pengabdian masyarakat berlokasi di Benowo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya, Jawa Timur yang memiliki berbagai macam UMKM. Disisi lain, para pelaku UMKM di wilayah tersebut mempunyai berbagai masalah dalam mengembangkan usaha mereka. Dengan melihat permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di wilayah Benowo tersebut, maka diperlukan metode penyuluhan melalui sosialisasi serta pelatihan dan pendampingan pada pelaku UMKM Catering Omah Kepiting belum memiliki website sebagai alat branding yang efektif. Dengan tidak adanya website membuat para konsumen tidak mengetahui informasi tentang company profile, deskripsi produk, informasi pemesanan, dan feedback konsumen yang dimiliki oleh Catering Omah Kepiting. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana website dapat digunakan sebagai alat branding yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM, khususnya Catering Omah Kepiting. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam optimisasi website, seperti desain, pengalaman pengguna, dan konten yang relevan, yang dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan melakukan analisis terhadap penggunaan website sebagai alat pemasaran digital, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana website dapat membantu Omah Kepiting menjangkau audiens yang lebih luas dan mendukung pertumbuhan bisnis melalui strategi pemasaran yang lebih efisien.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melakukan pendampingan pembuatan website sebagai alat branding efektif bagi Catering Omah Kepiting bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan membangun identitas merek yang kuat, sehingga mudah diingat oleh konsumen pada UMKM yang dilaksanakan di Wilayah Benowo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya, Jawa Timur. Ada

beberapa alur dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat melalui beberapa tahapan, yaitu :



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Observasi

Tahap pertama yang dilakukan adalah Observasi. Observasi dilakukan dengan mendatangi lokasi rumah pemilik UMKM Catering Omah Kepiting secara langsung untuk mengamati, bertanya apakah mempunyai kendala dalam menjalankan usahanya. Lokasi ini berada di Benowo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya, Jawa Timur. Pada observasi UMKM Catering Omah Kepiting ini dilakukan melalui pengamatan tentang company profile, deskripsi produk, layanan pemesanan, dan apakah UMKM Catering Omah Kepiting ini sudah mengetahui atau belum terhadap pentingnya website untuk usahanya. Maka didapatkan bahwa UMKM ini dapat dikategorikan layanan pemesanan makanan dalam jumlah banyak. Adapun karakteristik produk UMKM ini yaitu semua menu masakan yang dibuat oleh Bu Feny dan dibantu dengan karyawan. Sehingga kecepatan pelayanan menjadi salah satu ciri khas dari produk UMKM Catering Omah Kepiting.

Wawancara

Setelah melakukan observasi, tahap kedua dalam kegiatan ini adalah melakukan wawancara kepada pemilik UMKM Catering Omah Kepiting salah satu kendala yang dihadapi oleh Bu Feny selaku pemilik UMKM Catering Omah Kepiting ini bahwa beliau belum paham bagaimana pentingnya website untuk usahanya. Maka dari itu, kendala yang dihadapi oleh Bu Feny ini dapat menyusun kegiatan sosialisasi yang akan datang agar beliau paham akan pentingnya website untuk usahanya.

Tahap Penyuluhan

Langkah ketiga dalam melakukan kegiatan ini yaitu tahap penyuluhan. Tahap penyuluhan ini melalui kegiatan sosialisasi kepada 5 orang ibu-ibu mengenai website ini pada tanggal 2 September 2024 yang dilaksanakan di kediaman Bu Feny. dengan Dias Wahyuaqil selaku Mahasiswa jurusan Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur yang menjadi narasumber dan anggota Bina Desa. Pada kegiatan sosialisasi Dias Wahyuaqil untuk memberi materi tentang pentingnya website sebagai alat branding efektif bagi Catering Omah Kepiting untuk meningkatkan daya saing.

Tahap Pendampingan

Tahap keempat ini yaitu tahap pendampingan. Tahap pendampingan ini dilakukan setelah acara kegiatan sosialisasi tentang pentingnya website sebagai alat branding efektif bagi Catering Omah Kepiting untuk meningkatkan daya saing tersebut. Kegiatan pendampingan UMKM Catering Omah Kepiting dilakukan pada tanggal 1 September - 15 Oktober 2024.

Tahap Pembuatan

Tahap terakhir dalam kegiatan ini yaitu tahap pembuatan. Disetiap usaha membutuhkan website sebagai alat branding yang efektif bagi Catering Omah Kepiting bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan menciptakan identitas merek yang kuat sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukannya. Dengan menyediakan informasi lengkap tentang menu, harga, dan layanan, website membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih baik. Website juga menawarkan konten edukatif, seperti artikel dan riset, yang menarik minat pengguna dan memposisikan Catering Omah Kepiting sebagai sumber informasi yang berharga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Website dapat menampilkan testimonial dan ulasan positif dari pelanggan, yang berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Integrasi dengan strategi pemasaran digital, seperti SEO dan media sosial, memungkinkan Catering Omah Kepiting menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Tim Berners-Lee, penemu World Wide Web, menyatakan bahwa website adalah kumpulan halaman yang saling terhubung yang dapat diakses oleh pengguna internet melalui browser web. Menurut HubSpot menekankan bahwa website adalah fondasi dari setiap strategi pemasaran online yang sukses. Sebaliknya, website yang lambat atau dirancang buruk dapat mengusir pelanggan potensial. Dengan melakukan analisis data pengguna, Catering Omah Kepiting dapat memahami preferensi pelanggan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan layanan. Secara keseluruhan, website berfungsi sebagai alat yang komprehensif untuk memperkuat merek, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan daya saing di pasar catering. Dalam upaya untuk meningkatkan daya saing Catering Omah Kepiting, ada beberapa tahapan yang dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini, sebagai berikut :

Pada tahap pertama, melaksanakan penyuluhan berupa kegiatan sosialisasi dengan tema pentingnya fungsi website. Dengan adanya sosialisasi tersebut, dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai pentingnya website bagi peningkatan daya saing dan dapat memberikan solusi bagi Bu Feny yang awalnya belum mengetahui menjadi tahu bahwa pembuatan website itu penting bagi sebuah bisnis.



Gambar 2. Sosialisasi Website dengan Pelaku UMKM

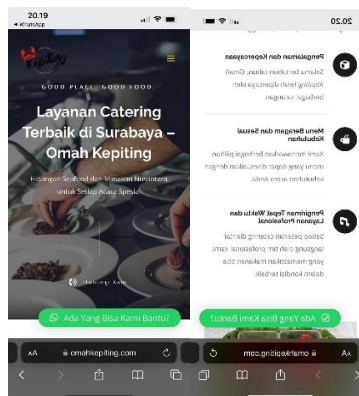
Pada tahap kedua yaitu kegiatan pendampingan berupa diskusi dengan pemilik UMKM Catering Omah Kepiting. Pada diskusi tersebut membahas mengenai desain website seperti apa yang diinginkan, informasi mengenai produk sebagai pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen agar bisa menyesuaikan desain website yang akan dibuatkan. Karena website membuat para

konsumen mengetahui informasi tentang company profile, deskripsi produk, informasi pemesanan, dan feedback konsumen yang dimiliki oleh Catering Omah Kepiting.



Gambar 3. Diskusi dengan Bu Feny selaku pemilik UMKM Catering Omah Kepiting

Pada tahap ketiga yaitu tahap pembuatan. Di tahap ini membuat website untuk UMKM Catering Omah Kepiting milik Ibu Feny. Didalam desain website terdapat pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen seperti informasi tentang company profile, deskripsi produk, informasi pemesanan, dan feedback konsumen yang dimiliki oleh Catering Omah Kepiting. Langkah-langkah pembuatan website untuk Catering Omah Kepiting meliputi perencanaan konsep dan penentuan tujuan, pemilihan nama domain dan hosting, serta desain website yang responsi



Gambar 4. Website UMKM Catering Omah Kepiting

SIMPULAN

Melalui optimalisasi website, Catering Omah Kepiting dapat meningkatkan visibilitas, membangun identitas merek yang kuat, dan menyediakan informasi lengkap mengenai menu, harga, dan layanan, yang membantu pelanggan dalam pengambilan keputusan. Testimonial dan ulasan dari pelanggan yang ditampilkan di website juga berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan. Fitur pemesanan online yang terintegrasi memudahkan transaksi, sementara strategi pemasaran digital seperti SEO dan media sosial memperluas jangkauan audiens. Selain itu, website yang menyediakan konten edukatif memperkuat posisi Catering Omah Kepiting sebagai sumber informasi yang berharga. Dengan memahami preferensi pelanggan melalui analisis data, Catering Omah Kepiting dapat terus meningkatkan layanan dan penjualan. Oleh karena itu, pemanfaatan website tidak hanya penting, tetapi juga krusial untuk keberhasilan dan pertumbuhan UMKM Catering Omah Kepiting.

DAFTAR PUSTAKA

- Jurnal Ilmiah UMKM. (2024). "Peran Website dalam Branding dan Daya Saing UMKM". Jurnal UMKM, 5(1), 1-15.
- Suryana, Y. (2022). "Pengaruh Website terhadap Keputusan Pembelian di UMKM". Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 6(2), 23-30.
- Nugroho, S., & Widyastuti, S. (2024). "Optimasi SEO untuk Meningkatkan Visibilitas Website UMKM". Jurnal Teknologi Informasi, 10(3), 45-58.
- Hastuti, D., & Sari, A. (2023). "Website sebagai Alat Branding untuk Meningkatkan Daya Saing". Jurnal Pemasaran, 8(2), 88-95.
- haffey, D. (2020). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (8th Edition).
- McKinsey & Company. (2021). The Future of Business in a Digital World. McKinsey & Company.
- Deloitte. (2022). Digital Transformation and the Customer Experience. Deloitte Insights.
- HubSpot. (2023). The Importance of Website Optimization for Business Growth. HubSpot Blog.