
**IMPLEMENTASI *BUSSINESS TO CUSTOMER (B2C)* UNTUK OPTIMALISASI
PROMOSI PRODUK OLAHAN MAKANAN DAN MINUMAN BUAH PARIJOTO
MEETHOS DESA KUWUKAN, DAWE KUDUS**

Diana Laily Fithri¹

Rhoedy Setiawan²

Fajar Nugraha³

Universitas Muria Kudus ^{1,2,3}

Diana.laily@umk.ac.id¹

Rhoedy.Setiawan@umk.ac.id²

Fajar.nugraha@umk.ac.id³

History Artikel

Received: 17-08-2022; *Revised:* 01-09-2022; *Accepted:* 12-09-2022; *Published:* 30-09-2022

ABSTRAK

Desa Kuwukan yang merupakan salah satu desa yang berada di wilayah kecamatan Dawe kabupaten Kudus. Di kawasan pegunungan Muria yang berketinggian antara 800-1200 mdpl termasuk dataran tinggi ini sangat cocok untuk budidaya tanaman parijoto sehingga banyak masyarakat di kawasan ini yang membudidayakan tanaman parijoto. proses pemasaran produk makanan dan minuman buah parijoto Meethos masih dilakukan secara konvensional, sehingga jangkauan pemasarannya masih terbatas di sekitar kota Kudus, atau lewat toko-toko usaha milik pribadi. Meskipun ada beberapa permintaan dari luar kota tetapi jumlahnya masih sedikit karena kurangnya promosi. Keterbatasan sumber daya menjadi alasan utama produsen makanan dan buah parijoto untuk dapat menggunakan teknologi informasi dalam melakukan proses promosi dan pemasaran. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan produsen makanan dan buah parijoto di Kabupaten Kudus dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui implementasi website *e-commerce* dengan konsep Business to Customer (B2C). Metode yang dipakai dalam program pengabdian ini adalah melakukan penerapan serta pelatihan penggunaan website dengan konsep *Bussiness to Customer* (B2C) untuk mengatasi permasalahan keterbatasan bidang pemasaran yang dialami para produsen makanan dan buah parijoto dalam menggunakan teknologi informasi.

Kata kunci: parijoto, promosi, pemasaran, *business to customer* (B2C).

ABSTRACT

Kuwukan Village, which is one of the villages in the Dawe sub-district, Kudus district. In the mountainous area of Muria, which has an altitude between 800-1200 masl, including the highlands, it is very suitable for parijoto cultivation, so many people in this area cultivate parijoto plants. The marketing process for the Parijoto Meethos fruit food and beverage products is still done conventionally, so that the marketing reach is still limited around the city of Kudus, or through privately owned business shops. Although there were some requests from out of town but the numbers were still small due to lack of promotion. Limited resources are the main reason for producers of parijoto food and fruit to be able to use information technology in the promotion and marketing process. The purpose of implementing this community service activity is to help increase the income and welfare of parijoto food and

fruit producers in Kudus Regency by utilizing information technology through the implementation of an e-commerce website with the Business to Customer (B2C) concept. The method used in this service program is to implement and train the use of websites with the concept of Business to Customer (B2C) to overcome the problems of limited marketing experienced by producers of parijoto food and fruit in using information technology.

Keywords: parijoto, promotion, marketing, business to customer (B2C).

PENDAHULUAN

Tanaman yang banyak dijumpai di area Gunung Muria, Kudus, Jawa Tengah ini, sangat populer di masyarakat Kudus dan sekitarnya, karena dipercaya dapat meningkatkan kesuburan hormonal pada wanita hingga menjaga fisik bayi dalam kandungan. Tanaman parijoto tumbuh subur di lereng, bukit, dan di dalam hutan Gunung Muria. Tanaman ini memiliki nama latin *Medinilla speciose* (Wikipedia, 2018; JSTOR, 2018). Buah ini tidak musiman sehingga setiap hari bisa dipanen. Umumnya diujakan segar di pintu masuk area wisata ziarah Sunan Muria. Buah ini memiliki kelemahan yaitu cepat busuk, bertekstur keras, rasa sepat, tidak manis dan cenderung masam. Meskipun demikian, parijoto telah dikenal masyarakat dapat memberikan manfaat bagi ibu hamil yang mengkonsumsinya (Rudianto dan Megawati, 2017).

Panen tanaman parijoto dapat dilakukan ketika parijoto berumur satu tahun. Parijoto memiliki buah yang masih muda akan berwarna merah muda dan akan semakin tua atau merah keunguan bila sudah matang. Parijoto akan berbunga antara bulan November hingga Januari kemudian buah parijoto dapat dipanen antara bulan Maret-Mei.

Saat ini buah parijoto telah diolah jadi aneka makanan dan minuman. Bapak Najib dengan Produk “Meethos” nya, warga Desa Kuwukan, Kecamatan Dawe, Kudus, membuat buah parijoto menjadi lebih bernilai dan bervariasi. Buah bernama latin *Medinilla Speciosa* itu diolahnya menjadi sirup, permen, keripik, selai, hingga roti. Namun, pada saat ini pemasaran produk Meethos tersebut masih dilakukan secara konvensional dengan pemasaran secara langsung kepada toko-toko di daerah wisata religi Sunan Muria.

Persoalan yang dihadapi adalah masalah promosi hasil produksi buah parijoto yang masih terbatas dari mulut ke mulut. Sumber daya yang dimiliki belum mampu memperkenalkan produk hasil ke luar daerah Kudus karena keterbatasan

waktu dan biaya.

Berhubungan dengan promosi yang perlu diperluas, maka tim pengabdian Universitas Muria Kudus mencoba untuk membantu dengan mengimplementasikan media pemasaran berbasis website dengan dengan konsep *Business to Customer (B2C)* sebagai media promosi dan pemasaran produk. Diharapkan dengan adanya pengabdian masyarakat melalui program Ipteks bagi masyarakat ini bisa meningkatkan kuantitas daerah pemasaran produksi buah parijoto ini. Sehingga pada akhirnya pendapatan dan kesejahteraan para produsen buah parijoto ini dapat meningkat dengan lebih baik lagi.

METODE

Metode yang ditawarkan untuk produsen buah parijoto “Meethos” Desa Kuwukan Kudus adalah mengembangkan media pemasaran dengan konsep *Business to Customer (B2C)*. Sistem *e-commerce* beserta pengembangan kontennya menggunakan konsep *Business to customer (B2C)* agar dapat dipergunakan secara maksimal dan dapat dikembangkan dengan leluasa oleh user menyesuaikan kebutuhan yang ada. Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam proses ini adalah *Waterfall Method*.

Pelaksanaan kegiatan program direncanakan ditempuh dalam 3 bulan (12 minggu), yang terbagi dalam beberapa tahap, yaitu :

a. Analisa dan perancangan sistem

Tahapan yang berisi kegiatan penggalan dan identifikasi masalah serta data pada mitra. Kegiatan ini ditempuh dengan wawancara langsung dan observasi di lapangan untuk mengetahui permasalahan dan teknologi informasi yang telah dimiliki oleh mitra. Hasil analisa dituangkan dalam perancangan sistem sesuai dengan struktur yang terdapat pada website dengan konsep *Business to Customer (B2C)*.

b. Pengembangan sistem

Tahapan yang berisi pembuatan media promosi dan pemasaran dengan website berbasis *Business to Customer (B2C)* dengan melakukan perubahan yang diperlukan dalam pengaturan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh mitra. Pada tahapan ini juga dilakukan uji kemampuan infrastruktur yang dibutuhkan saat sistem dijalankan.

c. Penerapan sistem

Tahapan ini berisi kegiatan melakukan instalasi sistem pada komputer mitra dan melakukan pengujian untuk memastikan sistem telah berjalan dengan baik saat diakses bersamaan oleh sejumlah user.

d. Pelatihan pengguna sistem

Setelah sistem dinyatakan siap, maka instruktur memberikan pelatihan pengoperasian sistem kepada pengguna dalam hal ini adalah pemilik UMKM yakni produsen buah parijoto “Meethos” Desa Kuwukan Kudus.

e. Pelaporan

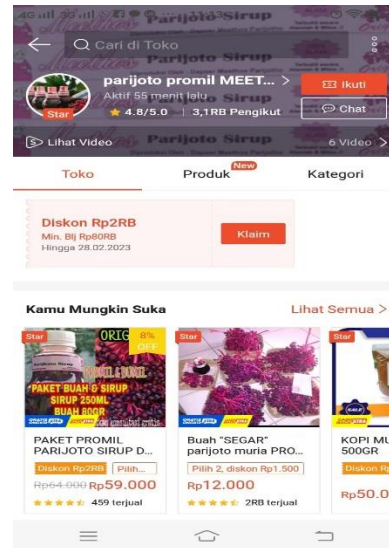
Pada tahap ini berisi penyusunan laporan dan dokumentasi atas kegiatan yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan dan implementasi *Bussiness to customer* untuk proses promosi serta pemasaran produk makanan dan minuman olahan parijoto telah berhasil diberdayakan setelah melalui proses dari awal pengenalan aplikasi *Bussiness to customer* sampai dengan implementasinya. Proses awal tersebut dimulai dari analisa dan perancangan sistem, pengembangan sistem, penerapan sistem serta tahap evaluasi sistem.

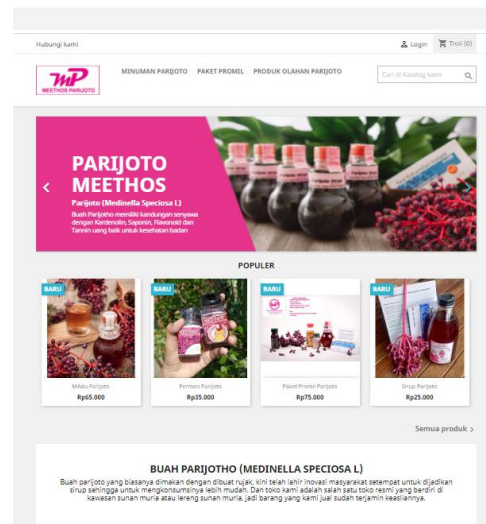
Kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh beberapa peserta dari anggota UMKM olahan buah Parijoto Meethos Desa Kuwukan Dawe Kudus. Sebelumnya peserta anggota UMKM tersebut hanya memiliki wawasan dan pengetahuan tentang marketing *online* dengan menggunakan *marketplace Shopee*, tetapi sejak diberikan pelatihan tentang marketing *online* anggota UMKM tersebut dapat mengembangkan usahanya dengan model *Bussiness to customer* untuk memperluas daerah pemasaran, dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM tersebut. Pelatihan tersebut diikuti oleh 12 peserta UMKM dan lebih dari 80% dapat

mengembangkan sistem yang telah dibuat, dan disosialisasikan kepada peserta UMKM.

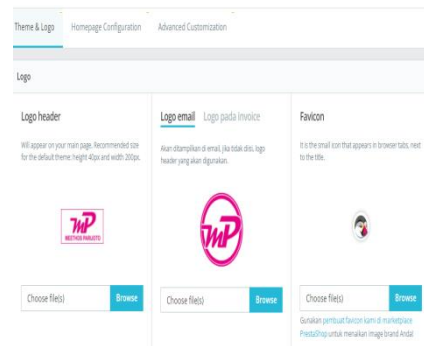


Gambar 1. Pemasaran marketplace Shopee
Sumber: Dokumentasi Tim (2022)

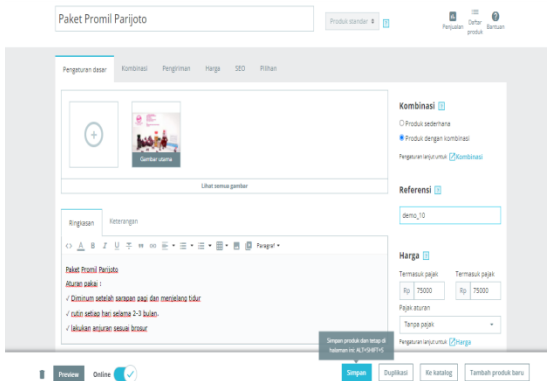
Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah sesuai dengan rancangan dan rencana evaluasi. Salah satu implementasi dari kegiatan pengabdian ini adalah sudah diterapkannya pengembangan media promosi serta pemasaran berbasis *Bussiness to customer*. Penerapan sistem *Bussiness to customer* untuk promosi serta pemasaran produk parijoto.



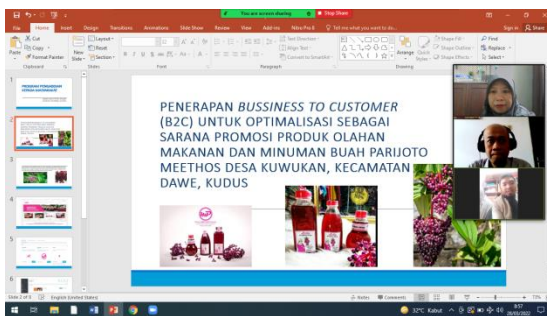
Gambar 2. B2C pemasaran produk parijoto
Sumber: Dokumentasi Tim (2022)



Gambar 3. Pengelolaan header logo website
 Sumber: Dokumentasi Tim (2022)



Gambar 4. Pengelolaan dan penambahan produk
 Sumber: Dokumentasi Tim (2022)



Gambar 5. Pelatihan online *Bussiness to Customer* produk olahan parijoto
 Sumber: Dokumentasi Tim (2022)

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan pengembangan dan implementasi aplikasi *Bussiness to customer* ini diberdayakan setelah melalui proses dari awal yang meliputi analisa dan perancangan sistem, pengembangan sistem, penerapan sistem

serta tahap evaluasi sistem. Pada proses pelatihan implementasi *Bussiness to customer* dilakukan melalui kegiatan pemahaman pengenalan aplikasi *Bussiness to customer*, konfigurasi aplikasi, pengelolaan sistem serta tahap akhir berupa evaluasi kegiatan pengabdian.

Meski kegiatan pengabdian pada masyarakat telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah direncanakan, namun terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki atau dikembangkan lebih lanjut yaitu perlu dalam pengembangan infrastruktur jaringan internet, karena dalam implementasi *Bussiness to customer* ini mutlak memerlukan infratruskur jaringan internet yang baik agar akses *Bussiness to customer* dapat berjalan optimal serta dapat diakses oleh konsumen tanpa terkendala tempat dan waktu.

DAFTAR RUJUKAN

Anastasya Latubessy, Wiwit Agus Triyanto. (2014). Analisa Dan Perancangan Sistem Pemasaran Umkm Terintegrasi Berbasis Cloud Server. *Simetris. Vol 5 No 1. ISSN : 2252-4983.*

Arip Aryanto, Tri Irianto Tjendrowasen. (2012). Pembangunan Sistem Penjualan Online Pada Toko Indah Jaya Furniture Surakarta. *Speed Journal - Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi. Vol 4 No 4. ISSN : 1979-9330*

Kalakota, Whinston. *Frontiers Of Electronic Commerce*, Addison-Wesley Publilshing Company, Inc, Massachusetts, 1996.

Rudianto dan A. Megawati. 2017. Pengaruh Pemberian Ekstrak Buah Parijoto (*Medinilla eciosa blume*) Terhadap Penurunan Kadar Glukosa Darah Pada Tikus Putih. *Prosiding HEFA 1st 2017. LPPM SIKES Cendekia Utama Kudus. P 369 -374*

Wikipedia. 2018. *Medinilla speciose*. Diakses Juni 2018. https://en.wikipedia.org/wiki/Medinilla_speciosa