

Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Web pada Kue Melayu Mak Cik Cam Kota Medan

Endang Lestari*, Mastura, Maulana Ichsanul Ridjal, Nanda Adilfa Mulya
Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*Corresponding Author: mimyndha92@gmail.com

Dikirim: 01-04-2023; Direvisi: 15-04-2023; Diterima: 10-05-2023

Abstrak: Artikel ini bertujuan mengungkapkan hasil wawancara pada UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam yang berada di kota Medan. Sistem pemasaran di masa sekarang tidak terlepas dari sebuah teknologi. Dalam hal ini, UMKM harus menggunakan sosial media agar produk yang dijual dikenal banyak orang. Menanggapi hal tersebut, Mahasiswa Magister Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara 2022 mengadakan Pengabdian Masyarakat guna untuk memberikan saran dan masukan kepada pelaku UMKM. Hal ini dilakukan sebagai upaya peningkatan perekonomian kota Medan setelah masa pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kaji tindak (action research) yang melibatkan kelompok masyarakat sasaran yaitu pemilik UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam. Hasil yang diperoleh dari wawancara yakni pemilik usaha dapat mengenal sebuah teknologi berbasis Website yaitu Linktree. Dengan adanya Linktree, pelaku UMKM dapat menggabungkan semua media sosial yang dimiliki oleh UMKM tersebut menjadi satu akses, dan juga memberikan kemudahan kepada pelaku UMKM dalam menganalkan produknya.

Kata Kunci: Linktree; sosial media; wawancara; UMKM.

Abstract: This article aims to reveal the results of interviews with UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam in Medan. Today's marketing system is inseparable from technology. In this case, UMKM must use social media so that the products they sell are known to many people. In response to this, Master of Management Students, Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra 2022 held a Community Service in order to provide advice and input to UMKM actors. This was done as an effort to improve the economy of the city of Medan after the Covid-19 pandemic. The method used in this activity is the action research method which involves the target community group, namely the owner of UMKM Melayu Cake Mak Cik Cam. The results obtained from the interviews are that business owners can get to know a Website-based technology, namely Linktree. With Linktree, UMKM can combine all social media owned by UMKM into one access, and also make it easy for UMKM to introduce their products.

Keywords: Linktree; social media; interview; UMKM

PENDAHULUAN

Pada jaman modern sekarang ini, banyak manusia yang membutuhkan suatu alat bantu praktis, untuk mempermudah manusia melakukan berbagai kegiatannya. Teknologi mempunyai peranan yang sangat penting untuk menunjang kemudahan itu. Sudah banyak teknologi yang diciptakan oleh manusia untuk mewujudkan keinginan manusia itu sendiri. Upaya yang dilakukan ini, agar kita tidak perlu lagi repot-repot untuk melakukan aktifitas yang melelahkan.

Bayangkan saja pada masa sekarang ini, dengan menggunakan teknologi manusia dapat berkomunikasi, mencari informasi dan belajar dimana saja. Kemajuan

teknologi yang telah tercapai sekarang ini benar-benar memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan umat manusia. Sebagai contoh: hampir setiap orang tidak bisa terpisahkan dari adanya teknologi. Setiap orang menggunakan handphone sebagai alat komunikasi langsung jarak jauh untuk berkomunikasi dengan orang lain. Jika ingin berpergian jarak jauh, kita tinggal naik pesawat saja sudah sampai di tempat tujuan, selain itu berbagai kegiatan yang pada awalnya dilakukan dengan menggunakan banyak tenaga manusia untuk mengerjakannya, kini dengan adanya perkembangan teknologi semuanya dapat teratasi dengan menggunakan tenaga mesin yang relatif lebih cepat dari pada menggunakan tenaga manusia secara manual. Terlepas itu atau tidaknya manusia membutuhkannya, teknologi akan terus berkembang dan terus berkembang. Bagaimana di masa depan nantinya ya?, bisa dibayangkan sangatlah mungkin jika teknologi yang diciptakan kedepan nantinya, akan mampu beroperasi dengan sendirinya, melewati apa yang dipikirkan oleh manusia

Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin pesat. Hampir semua informasi dengan sangat mudah diperoleh. Salah satu teknologi yang ada saat ini adalah internet. Dalam bidang ekonomi sudah menjadi kebutuhan yang mendasar, fasilitas internet telah merubah paradigma pasar (Ngafifi, 2014; Yuliana, 2000). Mulai dari promosi barang hingga pemasaran dan pemesanan yang dapat diakses secara langsung. Perbankan, transaksi saham, penerbitan, dan iklan juga dilakukan melalui internet. Internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang sangat dibutuhkan di berbagai bidang, termasuk di bidang usaha

Medan adalah ibu kota Provinsi Sumatra Utara, Indonesia. Kota ini merupakan kota terbesar keempat di Indonesia setelah DKI Jakarta, Surabaya, dan Bandung, serta kota terbesar di luar Pulau Jawa, sekaligus terbesar di Pulau Sumatra. Kota Medan merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat dengan keberadaan Pelabuhan Belawan dan Bandar Udara Internasional Kualanamu yang merupakan bandara terbesar kedua di Indonesia. Akses dari pusat kota menuju pelabuhan dan bandara dilengkapi oleh jalan tol dan kereta api. Medan adalah kota pertama di Indonesia yang mengintegrasikan bandara dengan kereta api. Berbatasan dengan Selat Malaka, Medan menjadi kota perdagangan, industri, dan bisnis yang sangat penting di Indonesia. Pada tahun 2020, Kota Medan memiliki penduduk sebanyak 2.435.252 jiwa, dan kepadatan penduduk 9.522,22 jiwa/km².

Sejarah Medan berawal dari sebuah kampung yang didirikan oleh Guru Patimpus di pertemuan Sungai Deli dan Sungai Babura. Hari jadi Kota Medan ditetapkan pada 1 Juli 1590. Selanjutnya pada tahun 1632, Medan dijadikan pusat pemerintahan Kesultanan Deli, sebuah kerajaan Melayu. Bangsa Eropa mulai menemukan Medan sejak kedatangan John Anderson dari Inggris pada tahun 1823. Peradaban di Medan terus berkembang hingga Pemerintah Hindia Belanda memberikan status kota pada 1 April 1909 dan menjadikannya pusat pemerintahan Karesidenan Sumatra Timur. Memasuki abad ke-20, Medan menjadi kota yang penting di luar Jawa, terutama setelah pemerintah kolonial membuka perusahaan perkebunan secara besar-besaran.

Menurut Bappenas, Medan adalah salah satu dari empat pusat pertumbuhan utama di Indonesia, bersama dengan Jakarta, Surabaya, dan Makassar. Medan adalah kota multietnis yang penduduknya terdiri dari orang-orang dengan latar belakang budaya dan agama yang berbeda-beda. Selain Melayu dan Karo sebagai penghuni



awal, Medan didominasi oleh etnis Jawa, Batak, Tionghoa, Minangkabau, Mandailing, dan India. Mayoritas penduduk Medan bekerja di sektor perdagangan, sehingga banyak ditemukan ruko di berbagai sudut kota.

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Beberapa peran strategi UMKM adalah ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha, serta memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang maksimal (Permana, 2017; Sofyan, 2017).

Kehadiran UMKM masih kurang di kenal oleh masyarakat luas, sehingga berdampak pada pemasaran produk yang mereka hasilkan. Padahal kalau dilihat dari kualitas produk yang dibuat sudah sangat bagus kualitasnya. Karena memiliki keterbatasan modal, sumber daya manusia dan pemahaman bisnis yang cukup, maka tidak sedikit UMKM yang mengalami kesulitan dalam pemasaran.

Dilansir oleh Diginomi, Medan – Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan Benny Iskandar Nasution menyebutkan, ekonomi Kota Medan stabil selama tahun 2022 ini. UMKM menjadi penopang perekonomian di Kota Medan pasca dilanda pandemi COVID-19. Jumlah UMKM yang menjadi binaan Pemkot Medan juga, kata Benny, mengalami peningkatan signifikan dari 27 ribu tahun 2021 menjadi 90 ribu di 2022. Kenaikan jumlah UMKM tersebut dinilai karena Wali Kota Medan Bobby Nasution begitu memberikan perhatian kepada para pelaku UMKM

Kue Melayu Mak Cik Cam adalah UMKM yang berada di kota Medan, tepatnya beralamat di Titi Papan. Berdiri sejak tahun 1991, UMKM tersebut merintis usaha yang awalnya adalah usaha keluarga yang hanya memproduksi kue dirumah. System penjualan yang diterapkan oleh Kue Melayu Mak Cik Cam adalah Open PreOrder (menerima pesanan jika ada yang memesan). Hingga tahun 2019, Kue Melayu Mak Cik Cam melebarkan bisnisnya dengan menyewa kios yang berada di jalan Adam Malik, depan Regale, Kota Medan. Sejak saat itu UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam mengalami peningkatan dalam penjualan.

KAJIAN TEORI

Usaha Mikro Kecil Menengan (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang Bab 1 Pasal 1 No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mkro Kecil dan Menengah (UMKM) mendefinisikan UMKM yaitu sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.



- c. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Digital Marketing

Digital marketing menurut Coviello dkk (2001:26) adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional (Toruan dkk, 2020; Wardhani dkk, 2021; Urban, 2004). Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “interactive marketing”, one-to-one marketing dan “e-marketing” erat kaitannya dengan “digital marketing”.

Kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang semakin kompleks, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran untuk mendukung aktivitas bisnis serta mempermudah dan memperkuat fungsi komunikasi kepada publik. Manfaat pemasaran digital bagi perusahaan dan UMKM antara lain adalah dapat terhubung dengan mudah dengan konsumen secara online, konversi penjualan yang lebih tinggi bagi konsumen tertarget, biaya pemasaran yang lebih hemat, dapat melayani konsumen secara real time dan potensi peningkatan daya jual bagi UMKM (Brian, 2019; Febriyantoro & Arisandi, 2018; Mangku & Yuliartini, 2022).

Website

Pengertian website menurut Sebok, Vermaat, dan tim (2018: 70) adalah kumpulan halaman yang saling terhubung yang di dalamnya terdapat beberapa item seperti dokumen dan gambar yang tersimpan di dalam web server. Web app adalah sebuah aplikasi yang berada dalam web server yang bisa user akses melalui browser. Web app biasanya menampilkan data user dan informasi dari server. Menurut Dillon, Schonhaler, dan Vossen (2017 : 1), sejak awal 1990, world wide web atau website merevolusi kehidupan pribadi maupun profesional. Website menjadi situs yang terus berkembang dan sebagai perpustakaan informasi yang ada di mana-mana yang dapat diakses melalui mesin pencari dan portal. Website menjadi tempat penyimpanan media yang memfasilitasi hosting dan berbagi sumber daya yang sering kali gratis dan sebagai pendukung layanan do-it-yourself. Website juga menjadi platform perdagangan tempat orang dan perusahaan semakin menjalankan bisnisnya.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kaji tindak (*action research*) yang melibatkan Mahasiswa Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU dan pelaku UMKM. Objek sarannya yaitu UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam di kota Medan. Kegiatan dilaksanakan dengan tahap persiapan dan pelaksanaan. Tahap persiapan meliputi identifikasi masalah dengan menerapkan teknik wawancara dan observasi. Selain untuk mengenal lebih jauh seputar usaha. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui respon pemilik usaha, apakah menerima atau menolak



kegiatan yang diusulkan peneliti. Tahap pelaksanaan meliputi dengan mewawancarai pelaku UMKM, memberikan masukan tentang manajemen pemasaran, serta memberikan saran dengan menggunakan *website* yaitu *Linktree* untuk mengintegrasikan antara sosial media yang dimiliki dan sosial media yang sudah ada.

IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai wawancara tentang UMKM dan memberikan masukan untuk pengembangan UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam di kota Medan. Masukan yang kami berikan kepada pelaku UMKM dengan cara memasarkan produk agar efektif. Tujuan tersebut guna untuk tidak memberi jarak antara pelaku UMKM dan Konsumen. Akun *Linktree* adalah solusi yang kami berikan agar pelaku UMKM dan Konsumen selalu dapat berkomunikasi karena didalam fitur *website Linktree* tersebut dapat menyajikan dari terintegrasinya semua sosial media, hingga segala produk yang ada di UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam. Kegiatan ini dilaksanakan di jalan Adam Malik (depan regale) yang dimiliki oleh bang adit selaku anak pemilik cabang. Mahasiswa melakukan wawancara dan observasi mengenai problematika yang dihadapi pengusaha UMKM dalam promosi dan penjualan. Kemudian sebagai bentuk pengabdian mahasiswa melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan perekonomian pemilik usaha tersebut.

Pada tabel di bawah ini akan menguraikan bagaimana pemanfaatan *website Linktree* untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam.

Tabel 1. Ini Contoh Judul Tabel

No	Materi	Tujuan
1	Wawancara Pelaku UMKM	Mengetahui tentang UMKM yang sedang dijalankan bang adit yang berada di jalan Adam Malik (depan regale), hingga mengidentifikasi masalah yang ada.
2	Saran <i>website Linktree</i> guna solusi masalah	Membuatkan akun <i>Linktree</i> kepada UMKM agar tidak memudahkan konsumen dalam mengenali dan membeli produk yang terintegrasi pada pelaku UMKM

Wawancara pelaku usaha

Wawancara yang dilakukan Mahasiswa Magister Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara 2022 adalah mengetahui tentang UMKM yang sedang dijalankan bang Adit selaku pelaku UMKM Mak Cik Cam yang berada di jalan adam malik, kota medan (depan regale).

Hasil wawancara :

1. Apa nama UMKM ini dan sejak kapan berdiri?

Kue Melayu Mak Cik Cam. UMKM ini awalnya adalah usaha keluarga. Bermula dari usaha kue rumahan yang dikembangkan oleh orang tua saya yang berada di titi papan, dan saya mengembangkannya dengan membuka membuka cabang. UMKM ini berdiri sejak tahun 2019.

2. Apa saja yang disajikan di UMKM?



Kue-kue basah yang ciri khas melayu seperti bolu kemojo, kue rasih, danin, beberapa gorengan seperti risol, bakwan, dan ada pula minum-minuman seperti es air mata pengantin.

3. Media promosi yang digunakan?

Ada beberapa media sosial seperti: Instagram, Tiktok dan juga WhatsApp.

4. Kendala yang pernah dialami?

Sejauh ini belum ada kendala, karena sebelum membuka cabang di jalan Adam Malik, pembeli sudah mengenal Kue Mak Cik Cam. Tetapi belum mengenalkan produk kepada konsumen lebih luas bahkan sampai diluar kota Medan.

Saran untuk pelaku UMKM

Saran yang di ambil agar peningkatan promosi dan penjualan

Website

Pengertian website yaitu, “*Website*” atau disingkat *web*, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri atas beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital, baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui alur koneksi internet” (Abdullah et al., 2016). Sedangkan menurut (Yuhefizar, 2016) menyatakan “*Website* adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dari sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasanya dibangun atas banyak halaman web yang saling berhubungan”.

Fungsi Website (<https://lindungihutan.com/blog/pengertian-website-adalah/>)

Fungsi *website* sederhananya adalah menampilkan berbagai jenis informasi dengan tujuan menggaet pengunjung agar dapat memberikan peluang kepada perusahaan. Peluang tersebut bisa berupa pembaca, pembeli, atau apapun sesuai dengan sektor bisnis yang dijalankan. Dengan adanya pengunjung *website* tersebut, diharapkan akan memberikan pemasukan uang ataupun sebagai sarana branding perusahaan. Secara umum, fungsi *website* adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Komunikasi

Situs *web* yang memiliki fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs web dinamis. Karena, dibuat menggunakan pemrograman *web (server side)* maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi seperti web mail, form contact, chatting form, dan yang lainnya.

2. Fungsi Informasi

Situs *web* yang mempunyai fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya. Situs ini ada baiknya berisi teks dan grafik yang dapat di download dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti *shockwave* dan java diyakini sebagai langkah yang tepat, diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti *news, profile company, library, reference*, dll.

3. Fungsi Entertainment

Situs *web* juga berfungsi sebagai media entertainment atau hiburan. Bila sebuah *web* berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan



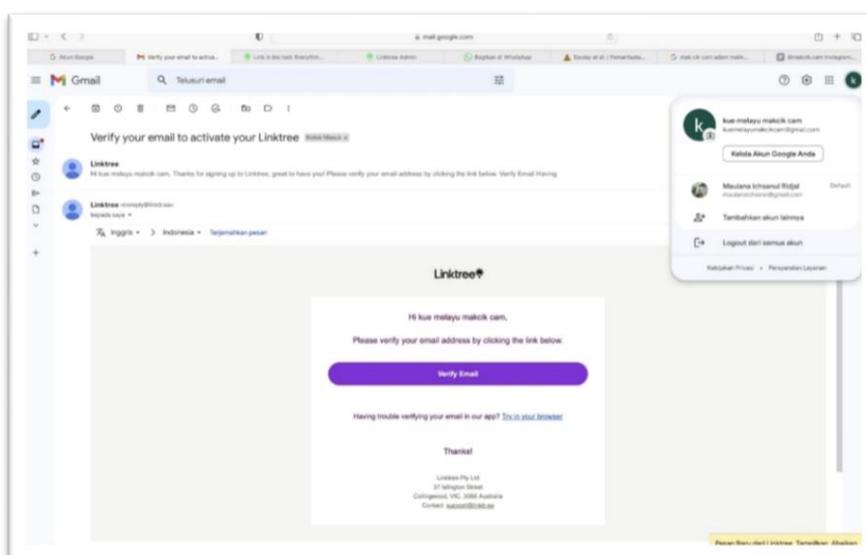
elemen bergerak dapat meningkatkan mutu prestasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya. Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah *game online*, *film online*, *music online*, dan sebagainya.

4. Fungsi Transaksi

Situs *web* dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs *web* ini mampu menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, atau dengan membayar secara langsung.

Implementasi pembuatan akun Website Linktree

Langkah yang kami lakukan dalam penyelesaian masalah yang di hadapi oleh UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam adalah dengan membuat akun *Website Linktree*. Tujuan dari pembuatan akun *Website Linktree* tersebut guna untuk memudahkan konsumen dalam mengenali dan membeli produk yang terintegrasi pada pelaku UMKM.



Gambar 1. Bukti Pembuatan Akun *Linktree*

Adapula manfaat *Linktree* bagi bisnis (<https://store.sirclo.com/blog/linktree/>)

1. Meningkatkan CTR (*Click-Through Rate*)

Manfaat *linktree* yang pertama, yaitu dapat meningkatkan CTR (*Click-Through Rate*). CTR atau rasio klik tayang ini adalah rasio jumlah klik terhadap jumlah impression. Semakin tinggi CTR yang kamu dapatkan, maka akan semakin berpotensi besar untuk meningkatkan penjualan. Untuk memaksimalkan CTR melalui *linktree*, sebaiknya kamu menggunakan *meta description* yang terdiri dari judul dan deskripsi dengan baik. Pastikan untuk tidak menulis judul lebih dari 60 karakter karena akan terpotong dan berubah menjadi tanda elipsis. Kemudian, perhatikan juga keyword yang digunakan. Kamu dapat memiliki kata kunci yang paling banyak dicari, tetapi sebaiknya tetap disesuaikan dengan judul. Hindari juga penggunaan terlalu banyak *keyword* agar lebih mudah dideteksi oleh mesin pencari.

2. Promosi Lintas *Platform*

Keuntungan lain yang bisa kamu dapatkan dari penggunaan *linktree*, yakni bisa membantu kamu melakukan promosi lintas *platform* dengan lebih mudah. Hal ini karena *linktree* memungkinkan kamu untuk mengorganisir berbagai tautan, mulai dari tautan *website* atau *e-commerce*, kontak di *WhatsApp*, halaman di *Facebook*, dan lainnya. Dengan begitu, pengguna atau pengikut media sosial kamu dapat memilih platform apa yang ingin mereka akses untuk menjangkau brand kamu. *Linktree* juga dapat memberitahukan kepada mereka bahwa *brand* kamu aktif dalam berbagai media sosial.

3. Menjangkau Lebih Banyak *Audiens*

Melalui *linktree*, kamu pun dapat menjangkau lebih banyak *audiens*. Hal ini karena *linktree* memungkinkan kamu untuk menampilkan berbagai tautan yang sesuai dengan karakteristik *audiens*. *Audiens* pun akan memilih tautan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Jadi, kamu tak perlu bersusah payah untuk mempersonalisasi berbagai *platform*, *audiens* dapat memilihnya secara leluasa.

4. *Branding* yang Lebih Baik

Penggunaan *linktree* yang disematkan pada media sosial *brand* juga akan menciptakan *branding* yang lebih baik di mata *audiens*. Pasalnya, *linktree* bisa digunakan untuk menyisipkan gambar merek di halaman arahan untuk menciptakan *brand awareness* dan visual yang lebih baik. *Linktree* juga menunjukkan pada *audiens* bahwa *brand* kamu aktif di berbagai media sosial. Jadi, kredibilitas *brand* akan jauh lebih baik karena pengguna dapat menemukannya dengan mudah di *platform* mana pun.

5. Analisis Klik dan *Traffic*

Dengan *linktree*, kamu juga dapat menganalisis klik dan *traffic* dari berbagai tautan yang kamu buat. Maka, kamu pun akan mengetahui berapa jumlah *audiens* yang mengakses *website*, *e-commerce*, atau media sosial lainnya. Informasi klik dan *traffic* ini akan membantu kamu untuk melihat platform mana kah yang paling diminati oleh *audiens*. Dengan demikian, kamu dapat menggunakannya maksimal sekaligus melakukan perbaikan kualitas pada *platform* yang lain. Jadi, jumlah klik dan *traffic*nya akan lebih meningkat dan penjualan menjadi lebih maksimal

6. Meningkatkan Penjualan Afiliasi

Menambahkan tautan *website* atau *e-commerce* menggunakan *linktree* yang memudahkan *audiens* untuk transaksi jual beli dapat meningkatkan penjualan afiliasi. Afiliasi merupakan teknik pemasaran online yang dilakukan dengan cara menawarkan sejumlah produk atau jasa melalui tautan. Biasanya, pemasaran afiliasi ini dilakukan oleh para *influencer*, tetapi siapa pun juga dapat menggunakannya, termasuk *brand* itu sendiri. Nantinya, tautan yang diklik oleh *audiens* akan mengarahkan mereka kepada katalog produk. Nah, ketika mereka berhasil melakukan pembelian, afiliator tersebut akan mendapatkan komisi. Selain meningkatkan penjualan, *affiliate marketing* juga dapat membantu sebuah *brand* untuk meningkatkan kesadaran merek di mata pelanggan. Meski tidak semua *audiens* akan melakukan pembelian, tapi setidaknya mereka sudah mengenali *brand* dan produk yang kamu tawarkan melalui tautan afiliasi.

7. Hemat Biaya



Keuntungan lain dari penggunaan *linktree*, yakni hemat biaya. Pasalnya, kamu dapat mengorganisir berbagai tautan secara gratis. Jadi, kamu dapat mengumpulkan berbagai tautan brand ke dalam satu aplikasi yang dibagikan dalam bentuk link dengan praktis. Ini akan membantu kamu untuk lebih hemat biaya iklan. Dengan satu tautan, kamu dapat mempromosikan beragam *platform*. Bisa juga untuk memilih *linktree PRO* yang berbayar sehingga kamu dapat memaksimalkan penggunaan fiturnya.

Dengan *linktree PRO*, kamu dapat mengubah latar belakang tautan, halaman arahan, tombol dan warna khusus, tautan dan ikon media sosial, hingga mengakses analitik sehingga kamu bisa menilai tautan mana yang berkinerja terbaik.

KESIMPULAN

Produk UMKM yang dimiliki abang adit yaitu Kue Melayu Mak Cik Cam yang berada di kota Medan merupakan salah satu dari sekian banyak UMKM yang berada di kota Medan. Beberapa hal yang telah dihasilkan adalah mengenal UMKM Kue Melayu Mak Cik Cam dari awal berdirinya usaha hingga sekarang. Kemudian dilanjutkan pembuatan akun *Linktree* yang akan digunakan sebagai media, agar lebih mudah terintegrasi antar media sosial, dan juga memudahkan konsumen dalam mengenal produk. Dengan kata lain, para konsumen akan dengan mudah dapat mengakses seluruh media sosial yang ada dengan menggunakan sebuah link utama saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. (2016). *Easy & Simple Web Programming*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Brian, R. (2019, Februari 11). Struktur Organisasi: Pengertian, Fungsi, dan Komponennya dalam Bisnis. Diambil kembali dari www.maxmanroe.com/https://www.maxmanroe.com/pengertian-struktur-organisasi.html
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing*. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Mangku, D. G. S., & Yuliantini, N. P. R. (2022). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3), 1-24.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1).
- Pemerintah Indonesia (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Jakarta
- Permana, S. H. (2017). Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93-103.



- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), 33-64.
- Toruan, R. L., Kennedy, P. S. J., Tampubolon, E., & Tobing, S. J. L. (2020). Pengenalan Pemasaran Menggunakan Internet kepada Jamaah Masjid Cawang. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 3(1), 37-42.
- Urban, Glen. L. (2004). *Digital Marketing Strategy: text and cases*. Pearson Education.
- Vermaat, M. E., Sebok, S. L., Freund, S. M., Campbell, J. T., & Frydenberg, M. (2018). *Discovering Computer 2018 (Digital Technology, Data, and Device)*. Boston: Cengage Learning
- Vossen, Gottfried; Frank Schonhaler; dan Stuart Dillon. (2017). *Web at Graduation and Beyond*. Engelska: Springer International Publishing.
- Wardhani, A. K., & Romas, A. N. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 4(1), 29-54.
- Yuhefizar. (2016). *Cara Mudah & Murah Membangun & Mengelola Website*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yuliana, O. (2000). Penggunaan teknologi internet dalam bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 36-52.

