

## Penunjang Website “*wix.com*” Sebagai Media Komunikasi Pelanggan dan Penjual (Kajian Analisis Wacana Kritis)

**Deddy Setiawan**

deddyinsan2@gmail.com

IKIP WIDYA DARMA

**Naning Eko Noviana**

[naning.ekonoviana@gmail.com](mailto:naning.ekonoviana@gmail.com)

**M. Riadhos Solichin**

[riadhos1986@gmail.com](mailto:riadhos1986@gmail.com)

IKIP WIDYA DARMA

**Dwi Riwayat Susiana**

bundasusi15@gmail.com

IKIP Widya Darma Surabaya

### ABSTRACT

Currently technology is developing into a necessity for the community, especially in Indonesia. Many market places are provided online rather than face to face with the seller. The goods sold are of various kinds, ranging from primary needs to tertiary needs. There are so many online market places that are often used by the public, such as Lazada, Shopee, Tokopedia, and many more. However, this tendency to consume online has not been matched by the knowledge and understanding of sellers who want to peddle their wares. The sellers still lack knowledge about how to market their goods by having their own website. Most of the online sellers still rely on the existing market place. Like the initial observations made at Plaza Mall Surabaya, most of them still rely on manual sales of goods to buyers, whereas judging from market demand today many people have switched to shopping online. This study intends to analyze the use of the “wix.com” website for traders, especially clothing entrepreneurs at Royal Plaza.

If people want to shop for secondary needs such as clothes and so on, they prefer to use appropriate technology in carrying out various buying and selling activities. Currently technology is also developing into a necessity for the community, especially in Indonesia. Many market places are provided online rather than face to face with the seller. The goods sold are of various kinds, ranging from primary needs to tertiary needs. There are so many online market places that are often used by the public, such as Lazada, Shopee, Tokopedia, and many more. The goal is to easily market clothes with their own website that is attractive for consumers to see and choose from online

ARTICLE INFO Article  
History: Received Date:  
5th Februari 2022  
Received in Revised Form  
Date: 10th Februari 2022  
Accepted Date: 14th  
February 2022 Published  
online Date 17<sup>th</sup> February

Keyword:

Communication Media,  
Website, Critical Study

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dunia saat ini sedang di sibukkan dengan berbagai peningkatan teknologi yang mana memudahkan para konsumen dan mempercepat proses bertransaksi saat berbelanja. Hal ini juga dipengaruhi kondisi dunia yang sedang dilanda sebuah wabah penyakit yang dikenal dengan nama *Certificate of Vaccination Identification* atau Covid-19. Penyakit ini memberi dampak pada masyarakat yang mana semua aktifitas dibatasi baik dipusat keramaian kota, hajatan bahkan sampai tempat peribadatan. Karena mudah menyebarnya penyakit ini dan belum ditemukannya obat yang mampu secara tuntas meminimalisir penyebaran.

Page | 28

Jika masyarakat ingin berbelanjapun untuk kebutuhan sekunder seperti baju dan lain sebagainya lebih memilih menggunakan teknologi tepat guna dalam melakukan berbagai aktifitas jual beli. Saat ini teknologi juga berkembang menjadi kebutuhan bagi masyarakat terlebih di Indonesia. Banyak *market place* yang disediakan secara online dari pada bertatap muka langsung ke penjual. Barang yang dijualpun berbagai macam mulai dari kebutuhan primer sampai kebutuhan tersier. Banyak sekali *market place online* yang sering digunakan oleh masyarakat seperti *Lazada*, *Shopee*, *Tokopedia*, dan masih banyak sekali.

Namun, kecenderungan untuk berkonsumsi secara online ini belum diimbangi dengan pengetahuan dan pemahaman para penjual yang ingin menjajakan dagangannya. Para penjual masih minim pengetahuan mengenai bagaimana cara memasarkan barang-barang mereka dengan memiliki website sendiri. Kebanyakan dari penjual online masih mengandalkan *market place* yang sudah ada. Seperti observasi awal yang dilakukan di Plaza Mall Surabaya, kebanyakan dari mereka masih mengandalkan penjualan barang secara manual kepada pembeli sedangkan jika ditilik dari permintaan pasar saat ini sudah banyak masyarakat yang beralih untuk berbelanja secara online. Jika para pedagang ini mampu memasarkan barang mereka dengan memiliki website sendiri maka hal ini tidak menutup kemungkinan dapat meminimalisir biaya administrasi dan pajak.

Dengan demikian penelitian ini bermaksud untuk menganalisa penggunaan website “*wix.com*” kepada para pedagang khususnya pengusaha baju di Royal Plaza. Tujuannya untuk mudah memasarkan baju-baju dengan tampilan website sendiri yang menarik untuk dilihat dan dipilih oleh konsumen secara online.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimanakah cara menumbuhkan kesadaran dalam mengembangkan bisnis berbasis website menggunakan “*wix.com*” kepada pengusaha baju di Royal Plaza Surabaya?
2. Bagaimanakah cara yang tepat untuk mengajarkan website menggunakan “*wix.com*” kepada pengusaha baju di Royal Plaza Surabaya?
3. Bagaimana acara sosialisasi berjalan untuk membimbing kreatifitas pengusaha dengan website menggunakan “*wix.com*” kepada pengusaha baju di Royal Plaza Surabaya yang nantinya mampu meningkatkan kesejahteraan para pedagang?

### **Tujuan Penulisan**

Tujuan yang hendak dicapai oleh tim PKM-PM dengan dilaksanakannya program ini adalah untuk meningkatkan kreatifitas dan daya saing yang tinggi dalam memasarkan produk melalui media online berbasis website menggunakan “*wix.com*”, menambah wawasan bagaimana melihat peluang bisnis dengan cara yang berbeda, dan untuk meningkatkan kesejahteraan dengan meningkatkan pengetahuan melalui teknologi tepat guna.

Sementara itu, dari pihak mahasiswa tujuan yang ingin dicapai adalah mampu mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat dari bangku kuliah untuk membantu orang, sebagai pelatihan dan bimbingan belajar kepada yang membutuhkan sehingga dapat bermanfaat dan berdaya saing tinggi dalam melakukan aktifitas jual-beli, dan sebagai Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu untuk meningkatkan pembelajaran penelitian guna menghasilkan suatu produk pengabdian pada masyarakat yang bisa memenuhi kebutuhan rakyat.

### **Manfaat Program**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah :

### Bagi akademisi (perguruan tinggi)

- Untuk meningkatkan kepedulian mahasiswa terhadap lingkungan yang lebih memerlukan dan membutuhkan pengetahuan mengenai teknologi tepat guna dalam memasarkan produk mereka berbasis website “wix.com”.

### Bagi Pengusaha Baju Plaza Royal Surabaya

- Untuk menambah pengetahuan dan membuka peluang usaha dengan menggunakan teknologi tepat guna dalam memasarkan produk mereka berbasis website “wix.com”.
- Untuk memberikan rekomendasi sekaligus bahan pertimbangan kepada para pengusaha baju Plaza Royal Surabaya untuk mulai beralih menggunakan teknologi berbasis website “wix.com”.

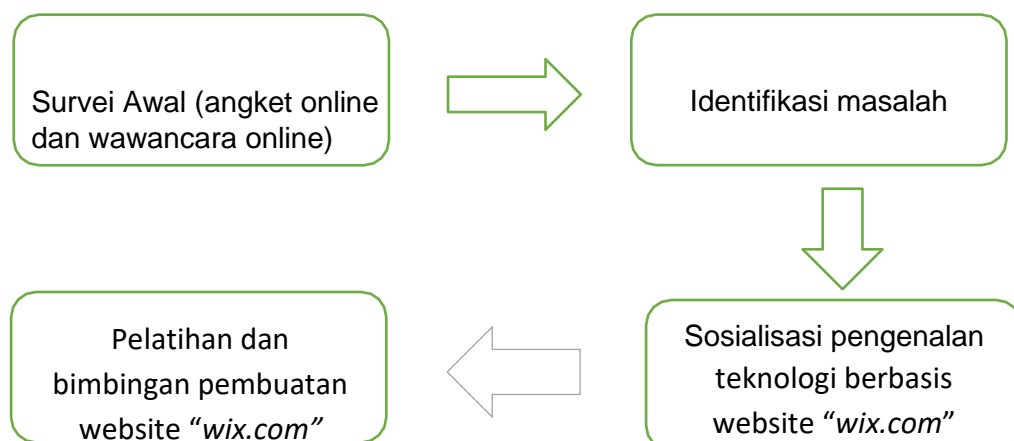
### Bagi pemerintah

Dapat mewujudkan salah satu cita – cita bangsa seperti yang tertuang dalam pembukaan UUD 1945 alinea keempat yakni “...melindungi segenap bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan social.

## METODE

### Diagram Alur

Berikut ini adalah diagram alur (*flowchart*) yang menunjukkan alur atau jalannya penelitian:



### Gambar 3.1. Metode Penelitian

#### Penjelasan Detail Diagram Alur

Page | 31

##### 1. Survei Awal

Survey awal dilakukan secara online baik dengan angket online atau wawancara online untuk mendapat gambaran umum penelitian tentang bagaimana kondisi secara nyata yang dihadapi oleh pelaku usaha baju dalam memasarkan dagangannya pada masa pandemi *Covid-19* saat ini. Survey akan dilakukan dengan meminta Nomor kontak atau grup *Whatsapp* para pengusaha baju yang kemudian dilakukan beberapa pertanyaan awal dan wawancara secara online.

##### 2. Identifikasi masalah

Setelah tahap survey awal yang dilakukan oleh tim, maka tahap selanjutnya adalah identifikasi masalah. Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui apa saja yang dihadapi oleh para pelaku usaha baju di Plaza Royal Surabaya saat perekonomian mengalami kelesuan karena pandemi COvid-19.

##### 3. Sosialisasi pengenalan teknologi berbasis website “*wix.com*”

Pelaksanaan sosialisasi dalam pengenalan teknologi berbasis website “*wix.com*” dilakukan secara daring dan luring kepada grup para pengusaha baju di Royal Plaza Surabaya. Pengenalan menampilkan manfaat dan peran penting mengapa para pengusaha harus beralih untuk menjajakan barang dagangannya secara online. Pengenalan juga menampilkan keseruan dan kreatifitas dalam pembuatan website “*wix.com*”.

##### 4. Penerapan website “*wix.com*”

Kajian komunikasi website “*wix.com*” dilakukan dengan cara luring sesuai dengan protokol kesehatan Covid-19. Pelatihan akan menampilkan tata cara pembuatan website “*wix.com*” secara menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Website juga akan menampilkan berbagai dagangan dari para penjual baju yang berpotensi untuk dilakukan penjualan secara online.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pusat pembelanjaan yang disediakan oleh Pemerintah saat ini telah banyak bertebaran di kota-kota besar di Indonesia seperti di Kota Surabaya. Salah satu pusat pembelanjaan yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat kota Surabaya khususnya yaitu Royal Plaza Surabaya. Secara geografi terletak di Jl. Ahmad Yani No. 16-18, Wonokromo, Kec. Wonokromo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60243.

Page | 32

Plaza Royal Surabaya merupakan pusat pembelanjaan yang telah berdiri sejak tahun 7 Oktober 2006. Mall ini terletak diantara jalan raya yang menghubungkan antara Kota Sidoarjo dengan Kota Surabaya. Tata letak penjual digolong-golongkan sesuai dengan barang dagangannya mulai dari *Departement Store* dilantai 2 (dua), *Hypermart* dilantai dasar, *Food Court* dilantai 3 (tiga), pedagang baju dilantai 3 (tiga).

Plaza Royal Surabaya dikenal sebagai Family Mall yang mana merupakan pusat pembelanjaan yang kebanyakan didatangi oleh orang-orang dengan sanak keluarga baik bapak, ibu sampai anak remaja. Namun kondisi berubah saat karena dampak wabah *Covid-19* yang menyebar diberbagai tempat tak terkecuali di Plaza Royal Surabaya.

Semenjak merebaknya wabah *Covid-19*, konsumen menjadi mengurungkan niatnya untuk berbelanja langsung ke pusat pembelanjaan dan memilih untuk berbelanja secara online. Dampak ini sangat dirasa oleh para pedagang khususnya para pedagang baju di Plaza Royal karena mereka harus menjual barang dengan banting harga dan memberi diskon besar-besaran. Banyak dari pengusaha baju yang tidak meneruskan usahanya dan terpaksa tutup. Karena belum tahu bagaimana cara memasarkan produk saat minimnya pertemuan antara penjual dan pembeli seperti ini.

Hal ini menjadi polemik disaat target penjualan memaksa para pengusaha harus menjual beberapa item barang sedangkan para pembeli lebih memilih pembelian secara online. Teknologi saat ini sangat berperan penting dalam penjualan barang-barang seperti baju. Para konsumen lebih memilih membeli secara online karena merasa lebih aman.

Teknologi tepat guna sangat berperan penting bagi para pengusaha baju di Plaza Royal Surabaya. Sehingga hal-hal yang perlu di lakukan untuk membangkitkan gairah

perekonomian dan kesejahteraan masyarakat secara umum dan pengusaha baju di Royal Plaza Surabaya khususnya diantaranya adalah:

1. Melakukan pengamatan awal terhadap pelaku usaha baju lingkungan Royal Plaza Surabaya
2. Memberikan solusi terkait kendala dan masalah yang dialami oleh para pelaku usaha di Plaza Royal Surabaya
3. Memberikan pengenalan terhadap pelaku usaha mengenai pemasaran yang tepat dapat dilakukan dengan website online menggunakan “wix.com”
4. Memberikan pelatihan dan bimbingan cara penggunaan website “wix.com”

## KESIMPULAN

Penggunaan teknologi yang berbasis internet tentu saja akan melibatkan alat pendukungnya seperti laptop, komputer, atau bahkan telepon genggam. Siapapun yang tergantung kehidupannya dengan layanan internet akan menjadi sebuah permasalahan tersendiri manakala akses internetnya terganggu. Oleh karenanya, para pelaku bisnis menanggapi hal tersebut dengan menyediakan layanan warnet.

Melalui warnet, setiap orang akan bebas melakukan segala keperluannya yang berhubungan dengan internet. Jasa layanan yang tersediapun beragam dan saling bersaing antara satu warnet dengan lainnya. Layanan game contohnya. Didalam layanan tersebut banyak sekali instruksi yang keseluruhannya dalam bahasa Inggris. Instruksi tersebut hadir dalam bahasa tulis maupun lisan. Para pengguna yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam penguasaan Bahasa Indonesia akan mengalami banyak kendala dalam menjalankan usaha tersebut. Para operator warnetpun tidak akan mampu membantu para pelanggan yang mengalami kendala dalam memahami Bahasa iklan. Hal tersebut bisa saja terjadi pada layananannan.

## DAFTAR PUSTAKA

Adri, Muhammad. 2007. Pemanfaatan Internet sebagai Sumber Pembelajaran. Makalah dalam rangka Semiloka Pengembangan Model Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi FT Padang, 22-23 Agustus 2007. ([http://muhammadadri .wordpress.com.](http://muhammadadri.wordpress.com)) diambil tanggal 8 November 2009.

- Bull, S., & Ma, Y. (2001) Raising learner awareness of language learning strategies in situations of limited resources. *Interactive Learning Environments*, 9(2), 171-200. doi: 10.1076/ilee.9.2.171.7439
- Harmer, J. (2007). *The practice of English language teaching*. England: Pearson.  
[www.worldcat.org/title/practice-of-english-language-teaching/oclc/149005881](http://www.worldcat.org/title/practice-of-english-language-teaching/oclc/149005881)
- Rahardjo, Budi, 2001. *Internet Untuk Pendidikan*. <http://cert.or.id/~budi/articles/internet-pendidikan.doc>
- Wahyudi, H.S., dan Sukmasari, M.P. (2014). TEKNOLOGI DAN KEHIDUPAN MASYARAKAT. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1): 13 – 24. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/227634-teknologi-dan-kehidupan-masyarakat-7686df94.pdf>
- Undang-undang dasar Tahun 1945
- Wikipedia. 2006. Pusat Pembelajaran Royal Plaza Surabaya. Jam 09.46.