

Pemasaran Online Dengan Pemberdayaan Komunitas Berbasis Content Management System (CMS) Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Pada Aplikasi Web Diladangan

Abstract—Pemasaran adalah salah satu proses bisnis yang ada di hampir semua perusahaan dengan bentuk yang sangat beragam. Salah satu bentuk keberagaman pemasaran adalah dari aspek teknologi informasi (TI). Bagi perusahaan dengan anggaran biaya pemasaran yang besar serta tim marketing dan IT yang mumpuni, tidaklah terlalu sulit untuk membangun sebuah *brand* produk yang akan mereka pasarkan melalui media *website* profesional yang terkoneksi dengan sosial media bahkan *marketplace* yang menawarkan opsi penjualan secara langsung ataupun aplikasi-aplikasi lainnya yang mendukung. Bentuk pemasaran seperti ini tentu tidaklah memungkinkan untuk diikuti oleh perusahaan-perusahaan dengan skala yang lebih kecil seperti UMKM hingga produsen perseorangan. Disamping keterbatasan kemampuan finansial, keterbatasan dari aspek teknologi informasi (TI) juga menjadi hambatan. Namun disisi lain, terdapat sumber daya yang beraktifitas secara mandiri menjalankan fungsi pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi (TI). Mereka adalah para penjual *online* yang sebagian diantaranya bahkan tidak memiliki produk sendiri dan memasarkan produk dengan sistem *dropship*. Kondisi inilah yang dapat menjadi peluang jika dikelola dengan baik dalam suatu ekosistem komunitas yang baku dengan dukungan teknologi informasi (TI) yang dapat diakses secara virtual.

Diladangan, sebagai sebuah aplikasi web berbasis *content management system (CMS)* dibuat untuk menjalankan fungsi tersebut yaitu pemasaran retail secara *online* dengan pemberdayaan komunitas yang terdiri dari para penjual *online*, baik penjual *online* yang sudah mandiri maupun para pemula yang baru belajar berjualan *online*. Komunitas inilah yang menjalankan fungsi pemasaran secara mandiri yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan dengan skala kecil seperti UMKM dan produsen perseorangan dalam memasarkan produk mereka. Model bisnis Diladangan dirancang berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode *action research* yang menghasilkan Business Model Canvas (BMC) dan perancangan aplikasi untuk komunitas. Sedangkan aplikasi Diladangan berfungsi sebagai moderator dalam suatu sistem yang baku yang memastikan agar aktivitas pemasaran yang berjalan tidak hanya memberikan keuntungan tapi juga dapat memberikan kemudahan bagi semua pihak yaitu para penjual *online*, produsen dan penyedia aplikasi Diladangan itu sendiri. (*Abstract*)

Keywords—*pemasaran*;

[Translated]

Online Marketing With Community Empowerment Based on Content Management System (CMS) Using Business Model Canvas (BMC) in Local Web Applications

Abstract— Marketing is one of the business processes that exist in almost all companies in various forms. One form of marketing diversity is the use of information technology (IT). For companies with large marketing budgets, marketing teams, and qualified IT teams, it is not too difficult to build a product brand that will be marketed through a professional website that is connected to social media, through a marketplace that offers direct sales options, or through other supporting applications. However, this form of marketing is certainly not possible for smaller scale companies, such as MSMEs and individual producers. In addition to limited financial capacity, the limitations of the aspect of information technology (IT) also become. On the other hand, there are resources that are active independently in carrying out marketing functions using information technology (IT). They are online sellers, some of whom don't even have their own products, or who market their products with a drop shipping system. This condition can become an opportunity if it is managed properly in a standard community ecosystem with the support of information technology (IT) that can be accessed virtually.

Diladangan, as a content management system (CMS) based web application was created to carry out this function, namely online retail marketing with community empowerment consisting of online sellers, both independent online sellers, and beginners who are just learning to sell online. This community carries out the marketing function independently which can be utilized by small-scale companies such as MSMEs and individual producers in marketing their products. The Diladangan business model is designed based on a study conducted using the action research method that produces a Business Model Canvas (BMC), and application design for the community. Meanwhile, the Diladangan application functions as a moderator in a standard system that ensures that marketing activities not only provide benefits but also make it easy for all parties, namely online sellers, producers and providers of the Local application itself.

Keywords — marketing;