

Received : July 12, 2021  
Accepted : July 18, 2021  
Published : September 4, 2021

Conference on Business, Social Sciences and Technology  
<https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>

## Perancangan dan Pengembangan E-Catalog Ju Seafood Restaurant

**Deli<sup>1</sup>, Hery Yanto<sup>2</sup>**

[deli@uib.ac.id](mailto:deli@uib.ac.id)<sup>1</sup>, [1831018.hery@uib.edu](mailto:1831018.hery@uib.edu)<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

### Abstrak

Ju Seafood Restaurant merupakan sebuah usaha kecil mikro menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner dan masakan laut. Permasalahan yang dihadapi oleh Ju Seafood Restaurant yaitu kurangnya penerapan strategi pemasaran dalam usahanya dan penggunaan sosial media sebagai media pendukung usaha masih belum dimanfaatkan dengan baik. Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan kerja praktek ini terbagi dalam 2 tahap, yaitu tahap pengumpulan data dan tahap pembuatan catalog. Hasil pelaksanaan kegiatan ini adalah sebuah e-catalog yang diimplementasikan melalui akun sosial media yaitu Instagram. Pelaksanaan kegiatan kerja praktek ini menunjukkan bahwa penggunaan e-catalog mempunyai pengaruh yang sangat baik terhadap perkembangan usaha dari Ju Seafood Restaurant.

### Kata Kunci:

Pemasaran, Sosial Media, E-Catalog

### Abstract

Ju Seafood Restaurant is a small micro and medium enterprise which is engaged in culinary and seafood. The problems faced by Ju Seafood Restaurant are the lack of application of marketing strategies in their business and the use of social media as business support media is still not utilized properly. The method used to carry out practical work activities is divided into 2 stages: the data collection stage and the catalog creation stage. The result of this activity is an e-catalog which is implemented through a social media account, namely Instagram. The implementation of this practical work activity shows that the use of e-catalog has a very good influence on the business development of Ju Seafood Restaurant.

### Keywords:

Marketing, Social Media, E-Catalog

### Pendahuluan

Dengan perkembangan zaman yang semakin canggih, tentunya penggunaan media digital dapat dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan sebuah usaha (Sulaksono, 2020). Pemasaran dibutuhkan agar sebuah usaha dapat mencapai laba serta dapat meningkatkan kualitas dari usaha tersebut (Iqbal, 2020). Dalam strategi pemasaran, perlu menentukan segmen pasar terlebih dahulu. Kemudian menentukan media pemasaran yang cocok dan tempat pemasaran yang tepat (Romdonny & Rosmadi, 2018).

Media pemasaran yang dibuat haruslah kreatif dan menarik untuk dilihat mata. Tentu dalam pembuatan media pemasaran, tidak hanya sekedar menonjolkan produk yang ingin dijual, tetapi harus juga melakukan branding mengenai usaha tersebut (Saksana, 2021). Oleh karena itu, diperlukan sebuah media yang mampu

menggambarkan kualitas atau citra yang dibangun oleh suatu produk atau perusahaan secara visual (Yudianita et al., 2020).

Restoran seafood merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang olahan masakan laut. Saat ini, persaingan pada usaha makanan seafood semakin ketat. Selain cita rasa sebuah masakan, pelayanan yang berkualitas juga menjadi salah satu pengaruh penting demi nama baik restoran tersebut. Dengan semakin banyak persaingan usaha makanan tersebut, maka pemilik usaha juga harus menerapkan strategi pemasaran yang beragam dan menarik (Wirasugianto et al., 2019).

Penggunaan e-catalog dapat dijadikan sebagai media pemasaran yang efektif. E-Catalog merupakan media promosi yang dibuat dengan cara digital yang berisi berbagai produk dengan identifikasi pada setiap data produk kemudian disusun berdasarkan identitas tertentu (Azlan, 2020). Menggunakan media digital sebagai strategi pemasaran masih jarang diterapkan oleh Ju Seafood Restaurant. Hal ini tentunya dapat berpengaruh penting bagi perkembangan usaha Ju Seafood Restaurant. Terlebih lagi persaingan usaha di sektor makanan saat ini semakin ketat dan berinovasi (Ramadani, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut, Ju Seafood Restaurant perlu meningkatkan strategi yang cukup efektif dalam melakukan pemasaran usahanya. Oleh karena itu, penulis bertujuan untuk menerapkan ide dan solusi yang diterapkan dalam bentuk kegiatan kerja praktek yang berjudul “Perancangan dan Pengembangan E-Catalog Ju Seafood Restaurant”.

## Tinjauan Pustaka

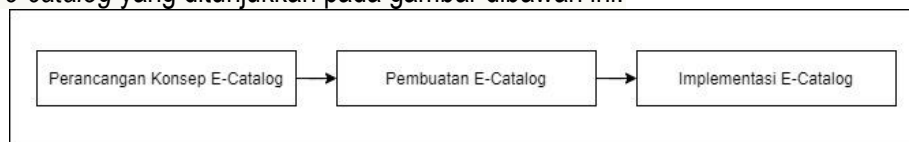
Penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Setiawan (2019) tentang perancangan promosi yang berkualitas dan informatif pada toko Omah Batik Ngesti Pandowo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh toko Omah Batik Ngesti Pandowo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh toko Omah Batik Ngesti Pandowo melalui perancangan *e-catalog* dan *digital poster* memberikan manfaat yang sangat baik dalam memperluas jangkauan pasar kepada konsumen. Dengan adanya perancangan promosi yang efektif dan efisien, hal ini dapat meningkatkan pendapatan usaha yang dijalankan oleh toko Omah Batik Ngesti Pandowo.

Penelitian yang dilakukan oleh Ardiyatna, (2019) tentang pengembangan desain katalog untuk media promosi Three Brother Blitar di *Instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakkan penggunaan media promosi *Instagram* dan meningkatkan minat beli konsumen. Metode penelitian ini menggunakan metode analisa dan deskriptif. Pengembangan *e-catalog* dilakukan dengan menggunakan *Adobe Photoshop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi *e-catalog* yang dilakukan melalui *Instagram* mendapatkan respon yang positif berdasarkan hasil kuesinoner yang telah dibagikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahma & Pribadi, (2019) tentang pembuatan katalog sebagai media promosi dan pemasaran Cantique Bakery and Pastry. Penelitian ini bertujuan untuk menjadikan *e-catalog* sebagai media pemasaran yang efektif. Pembuatan katalog dilakukan dengan menggunakan aplikasi *CorelDraw*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan media promosi berupa *e-catalog* sangat membantu Cantique Bakery and Pastry dalam memperkenalkan dan memasarkan produk usahanya.

## Metode Penelitian

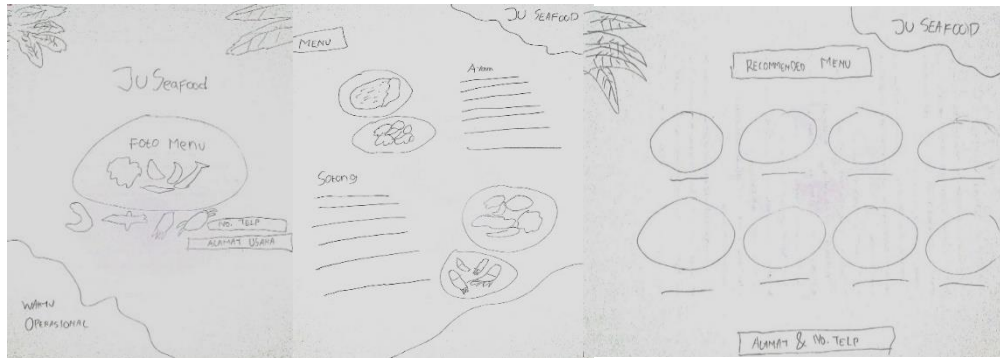
Metode yang digunakan dalam pembuatan *e-catalog* terbagi dalam beberapa tahapan. Berikut adalah tahapan pembuatan *e-catalog* yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1 Tahapan Pembuatan E-Catalog Ju Seafood Restaurant

a. Perancangan Konsep E-Catalog

Perancangan konsep *e-catalog* pada Ju Seafood Restaurant dikembangkan berdasarkan storyboard. Storyboard merupakan sekumpulan rangkaian sketsa atau gambaran mengenai suatu ide atau konsep yang ingin dibuat (Rasyidah & Kusmarni, 2020). Penggunaan storyboard berfungsi untuk memetakan dan mengatur peletakkan konten dari e-catalog tersebut.



Gambar 2 Storyboard Pembuatan E-Catalog Ju Seafood Restaurant

b. Pembuatan E-Catalog

Setelah storyboard selesai dibuat, maka selanjutnya yaitu melakukan pembuatan *e-catalog*. Pembuatan *e-catalog* dilakukan dengan menggunakan bantuan software *Adobe Illustrator*. Pengerjaan *e-catalog* dilakukan secara bertahap, dimulai dari bagian cover (tampilan depan), daftar menu, dan tampilan menu rekomendasi.



Gambar 3 Proses Pembuatan E-Catalog Ju Seafood Restaurant

c. Implementasi E-Catalog

Pada tahap akhir ini, penulis menyerahkan hasil pembuatan e-catalog kepada Ju Seafood Restaurant. Untuk implementasi e-catalog, ditentukan oleh pemilik usaha terkait media sosial yang akan dipakai.

**Hasil dan Pembahasan**

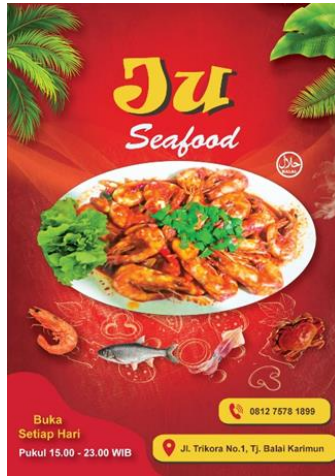
a. Perancangan Luaran

Luaran yang telah dirancang oleh penulis adalah sebuah e-catalog. E-Catalog berfungsi sebagai media pemasaran dan promosi untuk Ju Seafood Restaurant. Berikut adalah hasil perancangan e-catalog yang telah dibuat:

1. Desain Tampilan Cover

Desain awal yang dirancang pada e-catalog Ju Seafood Restaurant adalah tampilan depan (cover). Hal ini mencakup perancangan visual dengan memasukkan salah satu foto menu masakan dari Ju Seafood

Restaurant, kemudian dilakukan penambahan informasi seperti nama restoran, nomor telepon, jadwal kegiatan usaha, dan alamat restoran.



Gambar 4 Tampilan Cover E-Catalog Ju Seafood Restaurant

## 2. Desain Tampilan Daftar Menu

Setelah tampilan awal dibuat, selanjutnya yaitu membuat daftar menu makanan yang ada pada Ju Seafood Restaurant. Daftar menu disusun berdasarkan kategori atau jenis masakan yang ada. Misalnya untuk jenis masakan ikan, maka diisi daftar menu olahan ikan. Kemudian pada setiap kategori akan ditampilkan juga contoh foto hidangan.



Gambar 5 Tampilan Daftar Menu E-Catalog Ju Seafood Restaurant

## 3. Desain Tampilan Menu Rekomendasi

Pembuatan bagian menu rekomendasi ditujukan untuk membantu dan memudahkan pelanggan yang membutuhkan rekomendasi dalam memilih menu makanan.





Gambar 6 Tampilan Menu Rekomendasi E-Catalog Ju Seafood Restaurant

b. Implementasi Luaran

*E-catalog* yang telah selesai dirancang, kemudian dilakukan implementasi melalui sosial media berupa *Instagram*.



Gambar 7 Hasil Implementasi E-Catalog Ju Seafood Restaurant

**Simpulan**

Perancangan E-Catalog yang dilakukan untuk Ju Seafood Restaurant menunjukkan hasil yang memuaskan. Penggunaan *catalog* sangat membantu Ju Seafood dalam memasarkan produk usahanya. Permasalahan sebelumnya yang dialami oleh Ju Seafood Restaurant yaitu kurangnya strategi pemasaran dalam usahanya dan penggunaan sosial media sebagai media pendukung usaha yang masih belum dimanfaatkan dengan baik. Berdasarkan perancangan yang telah dilakukan oleh penulis, hasil luaran yang dicapai yaitu terealisasinya penggunaan e-catalog sebagai media promosi yang informatif dan efisien bagi Ju Seafood Restaurant.

**Daftar Pustaka**

Ardiyatna, R. (2019). *Desain E-Catalog Menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop CS3 Sebagai Pengembangan Promosi Di Instagram Untuk Meningkatkan Minat Beli Pada Three Brother Blitar*. 5(2), 549–552.  
 Ayu, F., Hamdi, B., & Setiawan, A. (2019). *Perancangan Promosi Omah Batik Ngesti*.  
 Rahma, D. T., & Pribadi, J. D. (2019). *Pembuatan E-Katalog Sebagai Media Promosi Di Instagram Pada Cantique*

*Bakery and Pastry. 2–5.*

- Azlan, J. P. (2020). *Perancangan E-Katalog Promosi STMIK Triguna Dharma Dengan Metode User Centered Design Untuk Meningkatkan Layanan Kualitas Promosi Berbasis Web dan Mobile. 4, 1140–1152.*
- Iqbal, M. (2020). Pengaruh Pelaksanaan E Katalog Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Terhadap UMKM. *Jurnal Usm Law Review, 3(1), 77.*
- Ramadani, D. F. (2018). *Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha Sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar.*
- Rasyidah, R., & Kusmarni, Y. (2020). *Meningkatkan Kreativitas Siswa Melalui Aplikasi Storyboardthat.com Dalam Pembelajaran Sejarah. 105–114.*
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Ikra-Ith Ekonomika, 1(2), 25–30.*
- Safitri, V. I., & Sudjanarti, D. (2018). Desain Katalog Digital Sebagai Media Promosi Menggunakan Aplikasi CorelDraw X7 dan Flipbook Maker Pada Puser Creative Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis, 233–236.*
- Saksana, I. P. A. (2021). Peran Desain Komunikasi Visual dalam Pemulihan Pariwisata Bali di Instagram pada Masa Pandemi. *SANDI: Seminar Nasional Desain, 1, 263–269.*
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal, 4(1), 41–47.*
- Wirasugianto, J., Purwoko, G. H., & Indrawan, S. E. (2019). *Perancangan Arsitektur Interior Restoran Seafood Dabu-Dabu Lemong Di Manado Dengan Konsep Nautical Modern. 81–112.*
- Yudianita, T., Bangun, A. N., & Maheni, T. (2020). *Perancangan Visual Brand Identity UMKM. 1, 81–91.*