



OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM DESA KAJANG MELALUI WEBSITE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN

Sri Anardani^{1*}, Kelik Sussolaikah², Muh Nur Luthfi Azis³, Vicky Aji Pamungkas⁴

^{1,2,3,4}Universitas PGRI Madiun, Indonesia

*email korespondensi: email: anardani@unipma.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 09-01-2023

Diterima: 02-02-2023

Diterbitkan: 17-02-2023

Keyword:

UMKM;

Website;

Marketing

Kata Kunci:

UMKM;

Website;

Pemasaran

Lisensi:

cc-by-sa

Abstract

UMKM are one of the pillars of the Indonesian economy, through which all aspects related to human life are sourced. Kajang Village is one of the villages located in Sawahan District, Madiun Regency. Kajang Village has several superior UMKM products, namely molen, tempeh chips, untir-untir, peanut cakes and pecel sauce. Currently, the marketing process for UMKM products is still carried out in a conventional way, namely through village markets and UMKM product exhibitions held by the Madiun Regency government. This conventional strategy is one of the obstacles in marketing so that the Kajang Village UMKM products are not widely known. Based on the conditions above, the purpose of carrying out this service activity is to create a Kajang Village UMKM website and provide training for website administrators to optimize UMKM product marketing. Based on the results of the evaluation, it showed that more than 60% of the training participants were able to use the features of the Kajang UMKM website

Abstrak

UMKM merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia, melalui UMKM semua aspek yang berkaitan dengan kehidupan manusia bersumber. Desa Kajang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun. Desa Kajang memiliki beberapa produk unggulan UMKM yaitu molen, keripik tempe, untir-untir, kue kacang dan sambel pecel. Saat ini proses pemasaran produk UMKM masih dilakukan dengan cara konvensional yaitu melalui pasar desa dan pameran produk UMKM yang diadakan pemerintah Kabupaten Madiun. Strategi konvensional ini menjadi salah satu kendala dalam memasarkan sehingga produk UMKM Desa Kajang menjadi kurang dikenal secara luas. Berdasarkan kondisi diatas maka tujuan dilaksanakan kegiatan pengabdian ini adalah membuat website UMKM Desa Kajang dan memberikan pelatihan administrator website untuk mengoptimalkan pemasaran produk UMKM. Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta pelatihan diatas 60% mampu menggunakan fitur-fitur yang dimiliki oleh website UMKM Kajang.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang biasa disebut UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perorangan

atau badan usaha pada semua sektor ekonomi (Yaya & Dananjoyo, 2022).

ertumbuhan UMKM yang baik dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia dapat bertahan dan berkembang walau dengan adanya kendala pandemi. UMKM merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia, melalui UMKM semua aspek yang berkaitan dengan kehidupan manusia bersumber (Mariana Kristianti, 2015). Pemerintah telah melakukan beberapa upaya untuk mendukung pertumbuhan UMKM, diantaranya melalui penetapan kebijakan-kebijakan finansial yaitu memberikan dana insentif atau pinjaman dengan bunga rendah (Nastiti & Prima Negara, 2022). Berdasarkan data kementerian koperasi dan UMKM pada website <https://kemenkopukm.go.id/> menunjukkan bahwa jumlah UMKM pada tahun 2018 sebanyak 64,2 juta dan meningkat jumlahnya pada tahun 2019 menjadi 65,5 juta. Peningkatan jumlah UMKM ini diramal akan terus bertambah setiap tahunnya dan diharapkan dapat menjadi solusi penciptaan lapangan pekerjaan, mengentaskan kemiskinan dan membantu inovasi produk negara. UMKM merupakan sektor industry yang tidak terkena dampak krisis global, maka bisa disimpulkan bahwa UMKM dapat diperhitungkan untuk meningkatkan stabilitas ekonomi dan bersaing di pasar global

Desa Kajang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun. Desa Kajang memiliki penduduk yang bekerja sebagai karyawan swasta, petani, peternak, pedagang dan pelaku UMKM. Desa Kajang memiliki beberapa produk unggulan UMKM yaitu molen, keripik tempe, untir-untir, kue kacang dan sambel pecel. Berbagai upaya telah dilakukan pihak pemerintah desa untuk meningkatkan pemasaran UMKM diantaranya melalui berbagai pelatihan seperti pelatihan strategi pemasaran dan branding.



Gambar 1. Produk UMKM Desa Kajang

Saat ini proses pemasaran produk UMKM masih dilakukan dengan cara konvensional yaitu melalui pasar desa dan pameran produk UMKM yang diadakan pemerintah Kabupaten Madiun. Strategi konvensional ini menjadi salah satu kendala dalam memasarkan sehingga produk UMKM Desa Kajang menjadi kurang dikenal secara luas.

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah memberikan dampak yang luar biasa terhadap segala aspek kehidupan salah satunya adalah ekonomi. Adanya perkembangan teknologi informasi dalam bentuk

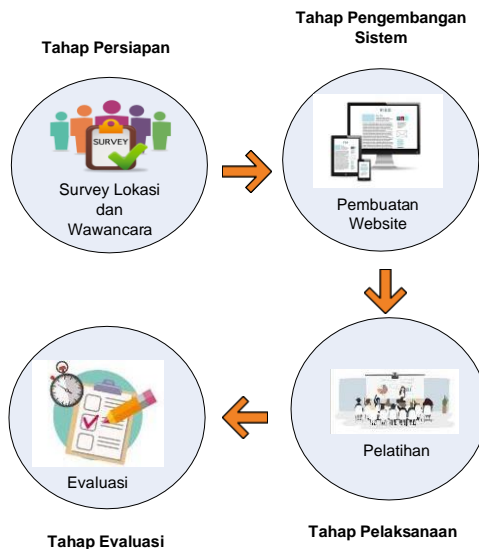
websitemaka UMKM dapat memanfaatkan untuk membantu memperluas area pemasaran dan promosi. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa jumlah pengguna internet pada kurun waktu 2021-2022 telah mencapai 210 juta orang. Kedepan dapat diperkirakan bahwa potensi orang berbelanja melalui internet akan semakin meningkat. Pemberdayaan UMKM ditengah persaingan yang tinggi menjadi tantangan bagi UMKM untuk bisa bertahan. Salah satu cara untuk menghadapi persaingan adalah meningkatkan inovasi produk dan memperluas area pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi (Bukit et al., 2019). Pesatnya perkembangan dan pemanfaatan teknologi telah mengubah cara manusia bertransaksi karena lebih hemat waktu, biaya, lebih efisien dan jangkauan area pemasaran menjadi lebih luas (Wahyudi et al., 2019). Pemasaran berbasis digital memanfaatkan semua sumber daya pada teknologi internet bukan hanya pada proses memasarkan namun juga untuk memperluas promosi (Retno et al., 2022).

Website adalah salah satu produk yang memanfaatkan teknologi Informasi. Website merupakan layanan yang menampilkan informasi dengan konsep tautan yang memudahkan pengguna menelusuri informasi melalui internet (Susilo, 2018). Website terdiri atas kumpulan halaman-halaman yang berisi informasi dalam bentuk digital yang dapat diakses dengan dukungan jaringan internet (Christian et al., 2018). Pemasaran digital merupakan upaya memasarkan produk menggunakan perangkat elektronik yang terkoneksi jaringan internet sehingga bisa terhubung langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan (Syarif et al., 2022). Aplikasi berbasis *marketplace* bagi UMKM dapat digunakan sebagai sarana memasarkan produknya kepada pelanggan sampai diluar daerah (Setiawan et al., 2018).

Berdasarkan kondisi diatas maka tujuan dilaksanakan kegiatan pengabdian ini adalah membuat website UMKM Desa Kajang dan memberikan pelatihan administrator website untuk mengoptimalkan pemasaran produk UMKM. Website ini nanti akan dapat dimanfaatkan para pelaku UMKM untuk menawarkan dan promosi produknya. Harapannya melalui kegiatan pengabdian ini para pelaku UMKM desa Kajang memiliki media promosi dan pemasaran yang mampu bersaing di pasar global.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Desa Kajang Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun pada 19 Desember 2022 sampai 9 Januari 2023. Pelaksanaan kegiatan dibuat dalam 4 tahapan kegiatan yaitu tahap persiapan, tahap pengembangan sistem, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Adapun langkah-langkah kegiatan pengabdian diuraikan pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 2. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan

Berdasarkan langkah-langkah kegiatan pengabdian diatas, maka rincian jadwal kegiatan pelaksanaan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal kegiatan pelaksanaan

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Keterangan
1	Survey lokasi dan wawancara	Melakukan kegiatan peninjauan ke lokasi produksi UMKM dan wawancara dengan para pelaku UMKM	Dilaksanakan pada hari Selasa 20 Desember 2022 dengan tim dosen dan mahasiswa.
2	Pembuatan website	Tim membuat aplikasi website pemasaran UMKM desa Kajang	Dilaksanakan pada tanggal 22-31 Desember 2022 oleh tim dosen dan mahasiswa
3	Pelatihan	Memberikan pelatihan administrator website dan pengguna pelaku UMKM	Dilaksanakan pada tanggal 5-6 Januari 2022 dengan tim dosen
4	Evaluasi	Pelaksanakan evaluasi hasil pelatihan administrator website dan pelaku UMKM	Dilaksanakan pada saat tanggal tanggal 5-6 Januari 2022 dengan tim dosen

HASIL DAN PEMBAHASAN

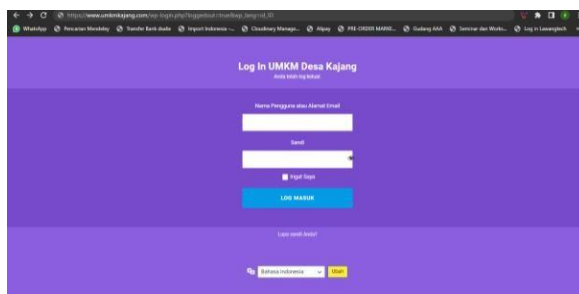
Pelaksanaan pengabdian masyarakat terlaksana sesuai dengan jadwal dan tahapan kegiatan yang sudah ditetapkan. Tahap pertama adalah persiapan yaitu melakukan survey ke lokasi pembuatan produk UMKM kripik tempe, untir-untir, molen dan sambel pecel. Pada saat survey sekaligus dilakukan kegiatan wawancara dengan para pelaku UMKM dan Kepala Desa. Hasil dari kegiatan ini adalah didapatkan data-data UMKM desa Kajang, jenis produk dan metode

pemasaran yang selama ini dijalankan oleh para pelaku UMKM. Kegiatan survey dan wawancara dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



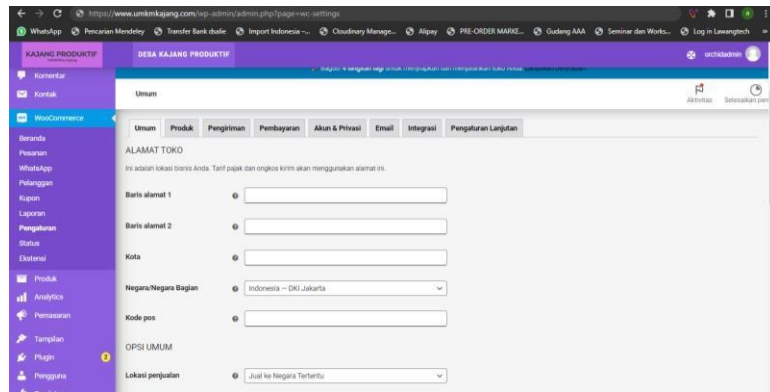
Gambar 3. Kegiatan survey dan wawancara

Tahap berikutnya adalah proses pembuatan website pemasaran www.umkmkajang.com yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa. Website ini berfungsi sebagai alat bantu untuk memasarkan produk UMKM. Tampilan website diawali dengan halaman login yang ditujukan untuk administrator, pelaku UMKM dan pelanggan. Tampilan halaman login dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini:



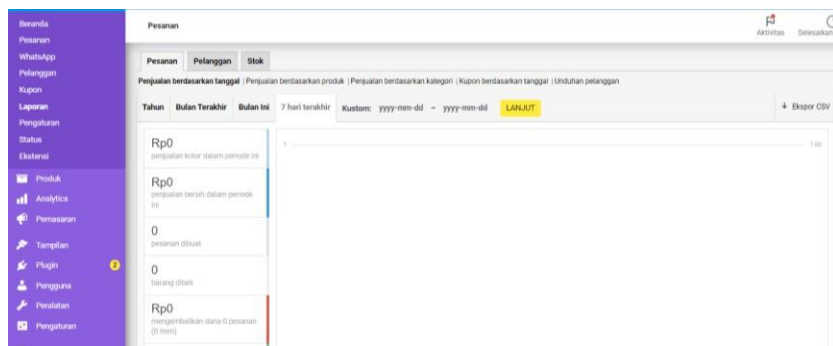
Gambar 4. Tampilan Menu Login

Pengelola sistem atau administrator website memiliki hak akses penuh untuk mengelola semua data yang dimasukkan oleh para pengguna. Pengaturan secara umum seperti data pengguna, data produk, data pelanggan, data pengiriman dan data pembayaran dikendalikan oleh administrator website. Adiministrator membantu para pengguna apabila mengalami kesulitan dalam pengelolaan data. Administrator website akan dipegang oleh staff desa yang ditunjuk, sehingga jika ada permasalahan dengan sistem bisa langsung ditangani oleh pihak desa. Berikut ini pada gambar 5 adalah tampilan halaman pengaturan administrator website



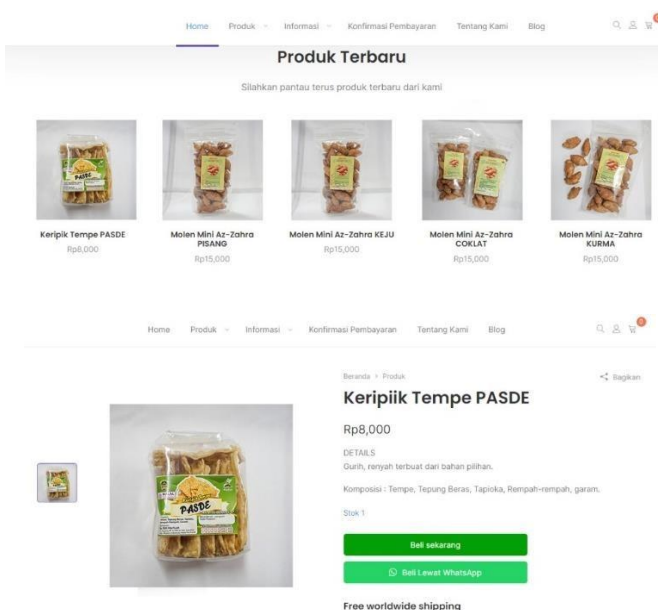
Gambar 5. Tampilan Menu Administrator

Pelaku UMKM dapat mengelola halaman lapak online yang tersedia, setiap pelaku UMKM dapat mengatur data produk yang akan ditawarkan mulai dari jenis produk, harga, pengiriman, pembayaran dan kontak yang bisa dihubungi. Pelaku UMKM juga bisa akses laporan penjualan, sehingga dapat mengetahui besaran penjualan yang sudah diperoleh. Pelaku UMKM juga bisa mengakses data pelanggan dan mengelola data stok produknya. Tampilan menu pengelolaan dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini



Gambar 6. Tampilan Menu Pelaku UMKM

Berikutnya adalah membangun halaman utama website yang akan menjadi pintu masuk para pelanggan untuk melihat dan kemudian membeli produk-produk UMKM yang ditawarkan oleh para pelaku UMKM desa Kajang. Adapun tampilan halaman utama adalah sebagai berikut:



Gambar 7. Tampilan Halaman Utama Website

Tahap berikutnya setelah pembuatan website selesai adalah tahap pelaksanaan pelatihan penggunaan website bagi administrator website dan pelaku UMKM. Administrator akan dikelola oleh pihak desa dengan menunjuk staff desa bagian administrasi dan tata usaha. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan selama 2 hari pada tanggal 5-6 Januari 2023. Metode pelatihan yaitu dalam sehari dibagi menjadi 2 sesi, yaitu sesi pertama penyampaian materi, kemudian dilanjutkan dengan praktik. Sesi 2 adalah tahap evaluasi dengan praktik mandiri mengerjakan soal evaluasi untuk mengukur kemampuan peserta pelatihan. Adapun jadwal pelatihan dan evaluasi peserta dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Kegiatan Pelatihan dan Evaluasi

No	Materi	Pemateri	Peserta
Hari Pertama: Kamis 5 Januari 2022			
Sesi 1 : 08.30 - 12.00			
1	Pengenalan Fungsi Fitur Website	Muh Nur Luthfi Azis, S. Kom., M. Kom Sri Anardani, S.Kom, MT	Staff Desa
2	Pengenalan Fungsi Fitur Administrator Website	Muh Nur Luthfi Azis, S. Kom., M. Kom Kelik Sussolaikah, S.Kom, M.Kom	Staff Desa
3	Praktik Mandiri Penggunaan Fitur Website	Sri Anardani, S.Kom, MT Kelik Sussolaikah, S.Kom, M.Kom	Staff Desa
Sesi 2 : 13.00 - 14.30			
4	Evaluasi penggunaan Fitur website	Sri Anardani, S.Kom, MT Kelik Sussolaikah, S.Kom, M.Kom	Staff Desa
Hari Kedua: Jumat 6 Januari 2022			
Sesi 1 : 08.00 – 10.00			

1	Pengenalan Fungsi Fitur Pelaku UMKM	Muh Nur Luthfi Azis, S. Kom., M. Kom Sri Anardani, S.Kom, MT	Pelaku UMKM Staff Desa
2	Praktik Mandiri Penggunaan Fitur Pelaku UMKM	Sri Anardani, S.Kom, MT Kelik Sussolaikah, S.Kom, M.Kom	Pelaku UMKM Staff Desa
Sesi 2 : 10.00 - 11.30			
3	Evaluasi penggunaan fitur pelaku UMKM	Sri Anardani, S.Kom, MT Kelik Sussolaikah, S.Kom, M.Kom	Pelaku UMKM Staff Desa

Pelatihan diikuti oleh 3 orang staff desa dan 12 pelaku UMKM. Seluruh peserta mengikuti sesi pelatihan dan evaluasi sampai selesai. Hasil evaluasi pelatihan penggunaan fitur website dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini

Tabel 3. Evaluasi Pelatihan Website UMKM Kajang

No	Materi Pelatihan	Jumlah lulus	Prosentase
Pelatihan penggunaan fitur website			
1	Mengelola data akun	3	100%
2	Pengaturan beranda	2	67%
3	Pengaturan data umum website	3	100%
Pelatihan penggunaan fitur pelaku UMKM			
1	Pengaturan data produk	10	83%
2	Pengaturan data pembayaran	8	67%
3	Pengaturan data pengiriman	9	75%
4	Pengaturan data laporan	9	75%
5	Pengaturan data pelanggan	10	83%

KESIMPULAN

Hasil kegiatan kegiatan pengabdian masyarakat telah terlaksana sesuai harapan. Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta pelatihan diatas 60% mampu menggunakan fitur-fitur yang dimiliki oleh website UMKM Kajang. Respon peserta cukup baik dengan tingkat kehadiran 100% sehingga semua peserta telah memiliki pengalaman menggunakan fitur-fitur website UMKM Kajang. Harapannya seluruh peserta dapat memanfaatkan website UMKM sesuai kebutuhannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317>
- Christian, A., Hesinto, S., & Agustina, A. (2018). Rancang Bangun Website Sekolah Dengan Menggunakan Framework Bootstrap (Studi Kasus SMP Negeri 6 Prabumulih). *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 7(1), 22–27. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v7i1.278>
- Mariana Kristianti. (2015). Media pemasaran produk-produk unggulan UMKM di di kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(2), 186.
- Nastiti, P., & Prima Negara, J. G. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi

- Digital Sebagai Media Optimasi Marketing UMKM Paring Spirulina. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 07–11. <https://doi.org/10.34148/komatika.v2i1.464>
- Retno, A., Hayati, T., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Ed, H., & Asmara, R. A. (2022). *Workshop Optimalisasi Digital Marketing Untuk Pelaku*. 5(1).
- Setiawan, I., Nirwan, S., & Amelia, F. M. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Web (Sub Modul : Pembelian). *Jurnal Teknik Informatika*, 10(3), 37–43.
- Susilo, M. (2018). Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan)*, 2(2), 98–105. <https://doi.org/10.30743/infotekjar.v2i2.171>
- Syarif, Birgantoro, B. A., Hermawan, A., Gani, M. A., Sugiyanto, S., & Maddinsyah, A. (2022). Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Dengan Pemanfaatan Whatsapp. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 54–66. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v2i1.56>
- Wahyudi, S. T., Rosalin, S., Septian, M. D., Laksono, S., Vokasi, P., Brawijaya, U., Ilmu, F., & Universitas, A. (2019). Awareness Produk UMKM Kabupaten Kediri Melalui Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 2(2), 61–73.
- Yaya, R., & Dananjoyo, R. (2022). Optimalisasi Kinerja Bumdes Dengan Penggunaan Website. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 1566–1577. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.900>