PEMANFAATAN MEDIA WEBSITE SEBAGAI SARANA DIGITAL MARKETING UMKM DI DESA CIBADAK

Aida Solehah
Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer
if19.aidasolehah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Pandemi COVID-19 membuat banyak kegiatan masyarakat dan berbagai macam sektor terkena dampak dari wabah tersebut, sehingga membuat beberapa sektor penting mengalami penurunan yang drastis. Salah satu sektor yang terdampak adalah sektor ekonomi. Sektor ekonomi menjadi yang mendapatkan dampak paling terasa terutama bagi pelaku UMKM. Pelaku UMKM Desa Cibadak mengalami kendala dalam pemasaran produk karena pada keadaan COVID-19 mereka terdampak penurunakan penjualan yang cukup drastis. Maka dari itu pemnafaatan media Website UMKM Desa Cibadak bertujuan untuk menjadi wadah bagi para pemilik UMKM, yang berfungsi untuk memsarkan dan mempromosikan produk UMKM dari Desa Cibadak. Wevsite ini dibuat dengan harapan dapat mengatasi permasalahan dan dapat memsarkan dan mempromosikan produk secara luas kepada masyarakat. Pada proses pembuatan Website UMKM, digunakna metode Observasi, karena perlu memiliki data terkait produk, jenis produk, serta harga produk yang dihasilkan UMKM. Dengan adanya Website ini diharapkan dapat meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian masyarakat di Desa Cibadak.
Kata kunci: UMKM, Media *Website*, Ekonomi

Pendahuluan

Desa Cibadak merupakan desa yang berada di wilayah Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karwang, Jawa Barat. Berdasarkan data pada prodeskel, Desa Cibadak memiliki luas 340.4 Hektar. Desa Cibadak memiliki 3 Dusun diantaranya yaitu Dusun Kawista, Dusun Karajan, Dan Dusun. Mata pencaharian warga di Desa Cibadak mayoritas sebagai buruh tani dan buruh harian lepas, selain itu masyarakat di Desa Cibadak memiliki usaha sampingan dengan membuka UMKM kecil-kecilan di rumah mereka.

Pada era globalisasi khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (Economic Union) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global. Dalam hal ini, UMKM dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima, tidak hanya oleh konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di Asia Tenggara (et al.,

2019). Pandemi covid menyebabkan perubahan pola pembelian, yang awalnya dilakukan secara tatap muka kini mulai beralih pada pola jual beli secara online, yang akhirnya membuat persaingan yang ketat pada UMKM (Haryadi et al., 2021). Masyarakat di Desa Cibadak masih menggunakan pola pemasaran tradisional belum berpola pada teknologi yang menyebabkan tingkat penjualan semakin menurun terlebih lagi pada situasi pandemi yang memberikan dampak yang cukup signifikan pada UMKM. Untuk membnatu permasalahan tersebut maka diperlukan sebuah website UMKM guna dijadikan sebagai *Digital Marketing* pada berbagai UMKM yang terdapat di Desa Cibadak. Digital Marketing membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mepromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi (Hardilawati, 2020). Website ini diharapkan dapat membantu perekonomian di Desa Cibadak karna jangkauan pemasaran yang lebih luas dan mudah digunakan oleh pengguna sehingga dapat diakses oleh berbagai macam kalangan. Dari permasalahan dan latar belakang tersevut, kajian penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi pemasaran produk yang optimal dengan membuat website sebagai wadah untuk menampung informasi dan promosi terkait UMKM yang ada adi Desa Cibadak. Dengan begitu, permasalahan pada UMKM yang sedang menurun dapat dibantu dalam upaya meningkatkan perkembangan UMKM menjadi lebih baik.

Metode

1. Waktu dan Tempat Kajian

   Lokasi pengabdian dilaksanakan di Desa Cibadak. Adapun waktunya terhitung dari Tanggal 01 Juli – 31 Juli 2021. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa tersebut merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan yang ada. Selanjutnya, mengkaji permasalahan tersebut untuk menemukan solusi yang tepat sehingga dapat menjadi jawaban yang dapat bermanfaat bagi Pelaku UMKM. Website yang menjadi solusi pada permasalahan UMKM dapat menjadi harapan untuk perkembangan yang lebih baik dalam memasarkan dan mempromosikan Produk.

2. Target Subjek

   Strategi Pemasaran dari UMKM Desa Cibadak menjadi sebuah target dari Website yang dibangun. Hal tersebut bertujuan untuk menjadi wadah dan penampung bagi unit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam melakukan promosi dan pemasaran produk. Dengan begitu tingkat penjualan produk dari UMKM Desa

Cibadak memungkinkan dapat meningkat dan pemasaran yang dilakukan mungkin bisa menjangkau lebih banyak pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan melalui Media Website UMKM yang dibangun. Prosedur Kajian Pada tahapan pengkajian, dilakukan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut.

A. Analisis dan Pengumpulan Data Tahapan ini bertujuan untuk menganalisis data yang menjadi kebutuhan, Data – data tersebut akan digunakan sebagai objek yang menjadi kajian yaitu UMKM. Tahapan ini juga menjadi tahapan pengumpulan Data – data sehingga dapat memahami dan memudahkan dalam mengkaji permasalahan yang ada di UMKM.
B. Perancangan Website Tahapan ini bertujuan untuk membuat dan membangun Website sebagai wadah Promosi, Informasi dan Pemasaran Produk UMKM yang ada di Desa Cibadak.
C. Pengujian Tahapan ini bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap Website UMKM yang telah dibangun. Pengujian dilakukan dengan mennguji Bagian tampilan (Front) dan fungsi – fungsi yang dimiliki Website. Sehingga dapat diketahui jika terjadi Error dan Bugs.
D. Hasil Tahapan ini bertujuan sebagai evaluasi penilaian dari hasil pengujian dari Website yang dibangun. Sehingga dapat ditentukan apakah website sudah layak digunakan atau masih perlu adanya perbaikan.

3. Teknik Analisis Data

Analisis Data yang dilakukan sebagai bahan Kajian yaitu Data – data yang berkaitan dengan Unit UMKM Desa Cibadak. Adapun data – data yang menjadi kebutuhan yaitu nama UMKM, jenis UMKM, deskripsi dan harga produk serta kontak pemesanan. Selanjutnya data – data tersebut akan digunakan lalu diproses oleh sistem yang hasilnya menjadi informasi yang bermanfaat pada halaman Website UMKM Desa Cibadak. Pada halaman Website jika masuk ke halaman beranda akan menemukan berbagai macam produk dari UMKM Desa Cibadak. Pengguna Website akan melihat nama, jenis UMKM, produk UMKM, deskripsi produk dan harga. Jika Pengguna Website tertarik maka pengguna dapat langsung melakukan pemesanan produk.

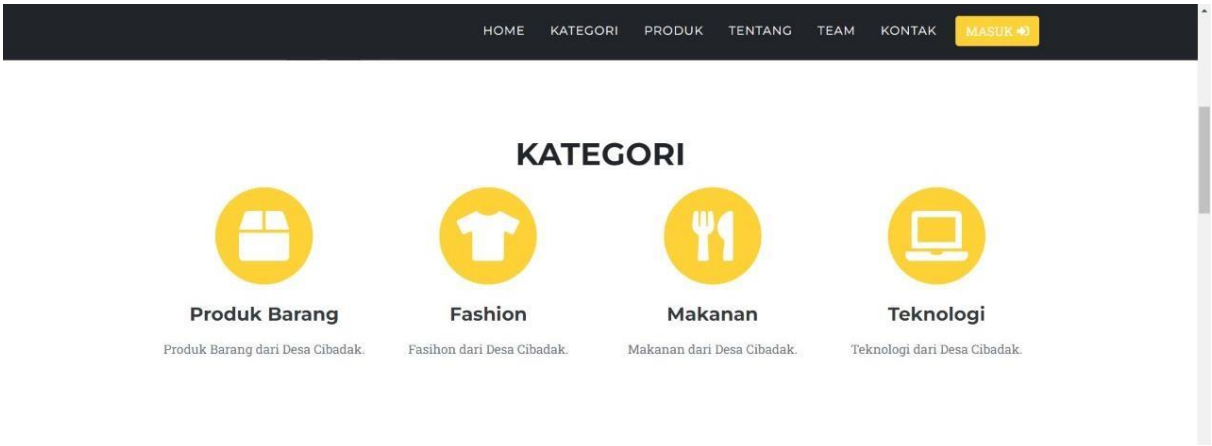
Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perancangan Website UMKM Desa Cibadak menjadi sebuah sarana pemasaran dan promosi penjualan produk UMKM Desa Cibadak. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi

sebuah solusi dari permasalahan pada penurunana prnjualan UMKM Desa Cibadak pada kondisi terdampak pandemic covid-19. Website ini dibuat dengan tampilan yang dapat memudahkan pengguna dan memudahkan para pemilik UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produknya kepada masyarakat dengan memanfaat teknologi yang ada. Pada website ini pengguna dapat memasarkan produknya dengan membuat akun terlebih dahulu setelah itu pengguna dapat mengisi data-data terkait produk yang ingin dipasarkan. Setelah mengisi data-data tersebut produk UMKM akan muncul pada halaman produk UMKM, lalu setelah itu pengguna hanya tinggal menunggu pemesanan dari pembeli. Jika pelanggan tertarik pada produk tersebut maka pelanggan dapat memesan dengan menghubungi penjual produk UMKM tersebut. Adapun tampilan website UMKM Desa Cibadak sebagai berikut.

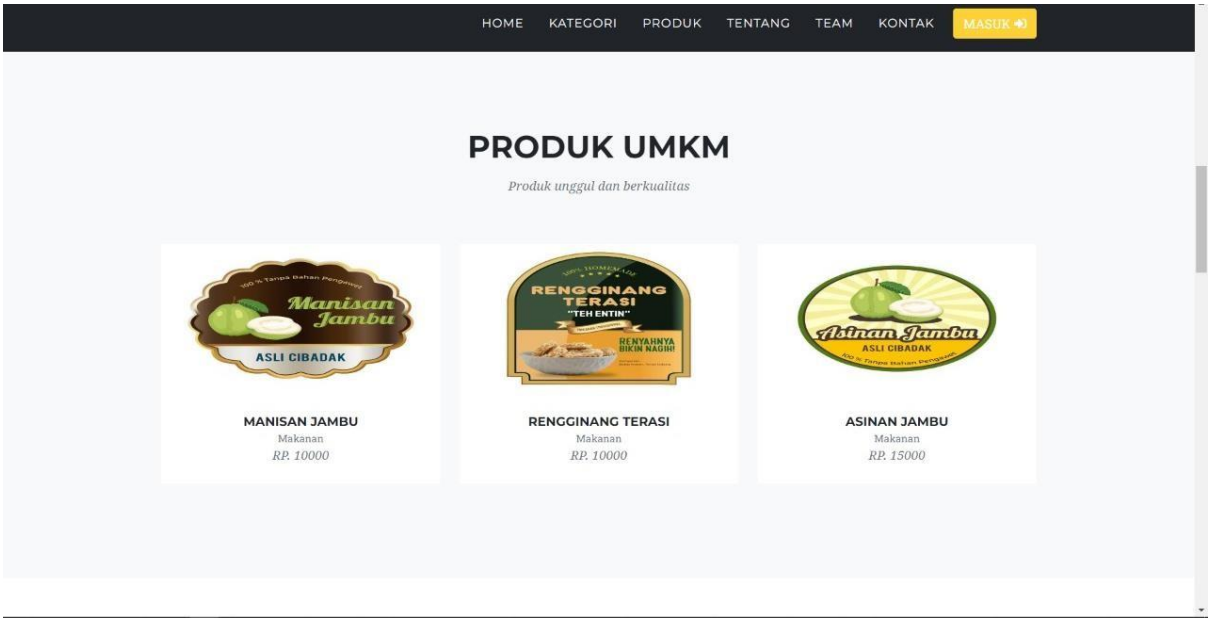
Gambar 1 Tampilan Dashboard

Pada Gambar 1, merupakan tampilan awal dari website UMKM Desa Cibadak, setelah itu pengguna dapat login dengan mengklik button “masuk” pada pojok kanan atas.



Gambar 2 Tampilan Menu Kategori

Pada menu kategori berisi tentang kategori-kategori produk UMKM, pengguna dapat memilih kategori sesuai keinginan, sehingga pengguna tidak perlu mencari satu-satu produkUMKM.



Gambar 3 Tampilan Produk UMKM

Pada menu ini berisikan produk-produk apa saja yang dijual pada *Website*, pada menu ini sudah berisikan informasi berupa harga dan jenis produk. Jika pengguna tertarik maka dapat langsung memesan pada *website* tersebut.

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

   Pemanfaatan media Website UMKM dapat menjadi salah satu alternatif solusi dari permasalahan UMKM ynag terjadi di Desa Cibadak. Dengan pemanfaatan website tersebut bertujuan untuk dapat mewadahi UMKM-UMKM yang ada pada desa Cibadak sehingga pemasaran dapat terjangkau lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin maju dan perilaku masyarakat yang mulai beralih menggunakna teknologi, pembuataan Website ini merupakan strategi yang tepat dalam memasarkan dam memprpmosikan produk UMKM.

2. Rekomendasi

   Pandemi Covid telah memberikan dampak yang besar pada UMKM dalam melakuakn aktivitas penjualannya, akibatnya penjualan produk dan penghasilan pun menurun. Jika terus menerus eperti ini maka perekonomian masyarakat pun akan menurun.

Untuk mengatasi permasalahan tesebut maka dibutuhkan peran teknologi dalam prosen penjualan UMKM. Dalam segi penjualana pun mulai beralih pada penjualana secara *online*, maka untuk melakukan penjualan tersebut diperlukan sebuah *website* yang dapat membantu pelaku UMKM dalam memudahkan penjualan dan prmasaran pada produknya, sehingga diharapkan dapat membantu mengatasi permaslahan dan UMKM dapat kembali berproses secara normal

Daftar Pustaka

Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, *10*(1), 89–98. https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934

Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri*, *1*(1), 10–16. https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3

Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, *4*(2), 1–189. https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952