

PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI UMKM SUSU KEDELAI DESA SAMPALAN

Dinda Safitri, Syifa Pramudita Fadilla
Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
si19.dindasafitri@mhs.ubpkarawang.ac.id¹,
syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Perkembangan teknologi yang kini kian maju, mendorong UMKM untuk dapat mengikuti perkembangan tersebut. Melihat peran dari UMKM yang cukup mendominasi ini, maka perlu suatu cara untuk meningkatkan UMKM tersebut yaitu dengan melakukan digitalisasi pada proses bisnisnya. Salah satu UMKM di Desa Sampalan yang memiliki potensi untuk dikembangkan yaitu UMKM Susu Kedelai, karena UMKM ini masih berjalan secara konvensional dalam memasarkan produknya maka perlu dilakukan suatu peningkatan dengan mengenalkan *web blog* sebagai media untuk mempromosikan usahanya. *Web blog* ini merupakan bentuk aplikasi web yang berbentuk tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web.

Kata kunci : *Digitalisasi, UMKM, Web Blog*

Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Banyaknya pelaku UMKM menjadikan gambaran bahwa sektor ini memiliki potensi yang baik dalam menunjang perekonomian (Idah & Pinilih, 2020). Perkembangan teknologi yang kini kian maju memberikan banyak dampak positif dalam berbagai bidang salah satunya dalam bidang bisnis, tak heran banyak pelaku bisnis yang mulai menggunakan teknologi informasi untuk menjalankan kegiatan bisnis mereka. Melihat peran dari UMKM yang cukup mendominasi ini, maka perlu suatu pengembangan agar dapat dapat menjadi usaha yang besar sehingga dapat pula meningkatkan perekonomian. Salah satu cara untuk meningkatkan UMKM ini antara lain dengan melakukan pemasaran secara digital (Feta et al., 2021).

Pada penelitian yang dilakukan di UMKM Desa Sampalan ini, terlihat masih banyak UMKM yang tidak menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnisnya, hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan akan teknologi. UMKM Susu Kedelai merupakan salah satu UMKM di Desa Sampalan yang memiliki potensi untuk dikembangkan, salah satunya melalui pemasaran secara digitalisasi. Saat ini, UMKM tersebut masih berjalan secara

konvensional terutama dalam memasarkan produknya. Melihat hal tersebut, maka pada kegiatan penelitian ini akan memperkenalkan mengenai penggunaan dan pemanfaatan *website Blog* kepada UMKM tersebut (Diansyah et al., 2017).

Web blog adalah situs yang terdiri dari kumpulan entry atau posting yang muncul dalam urutan tanggal, dengan kata lain blog ini hampir mirip dengan jurnal harian (Ihkm, 2018). *Web blog* ini bisa digunakan sebagai media informasi maupun promosi suatu bisnis, yang tentunya cakupannya lebih luas.

Metode

KKN UBP Karawang dilaksanakan selama satu bulan, terhitung mulai dari tanggal 1 Juli sampai dengan 31 Juli 2022. KKN ini dilaksanakan secara hybrid di Desa Sampalan, Kecamatan Kutawaluya. Dalam penelitian ini penulis mengambil sasaran kajian pada UMKM Susu Kedelai.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis ke UMKM Susu Kedelai yaitu menggunakan teknik pengumpulan data dan studi pustaka berupa wawancara, observasi dan Analisa.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

UMKM yang memproduksi susu kedelai ini adalah UMKM yang berada di Desa Sampalan Kecamatan Kutawaluya, berdiri sejak tahun 2019. Susu kedelai pada UMKM Markisa ini memiliki beberapa varian rasa diantaranya rasa original, jahe dan campuran kayu secang. Untuk harga jualnya yaitu Rp.5.000/pcs.

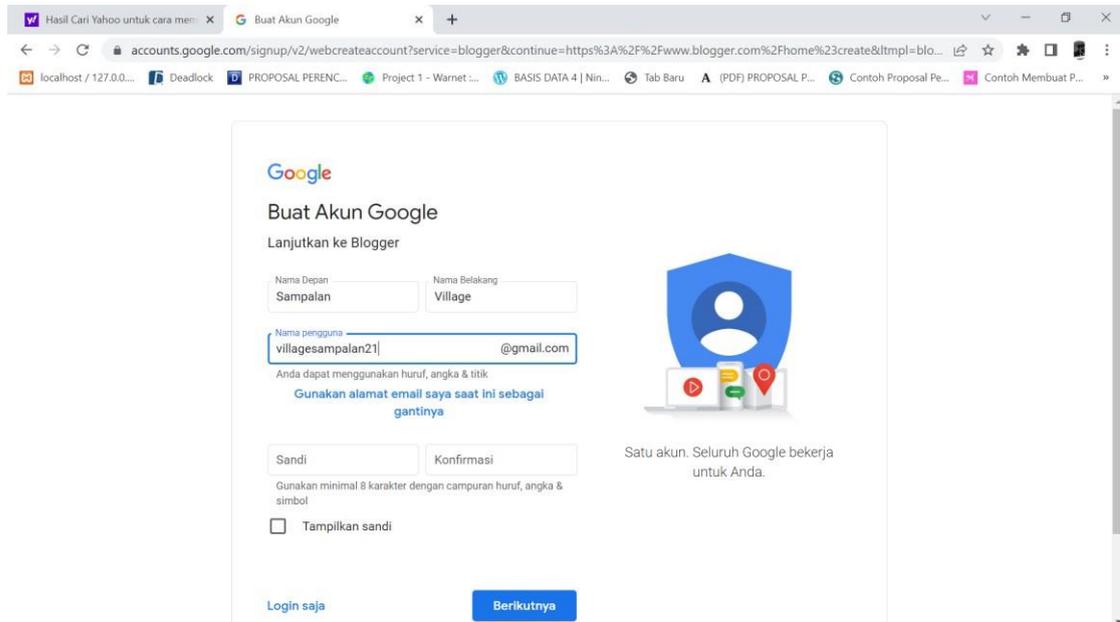
Setelah dilakukan analisis terdapat beberapa permasalahan pada UMKM Markisa ini, yaitu sistem pemasaran dan promosi yang dilakukan masih secara konvensional dengan target yang terbatas yaitu hanya sekitar lingkungan desa dan orang-orang terdekat saja. Maka dari itu, perlu diterapkannya pemasaran secara digital salah satunya yaitu melalui web blog.

Web blog ini merupakan bentuk aplikasi web yang berbentuk tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web (Diansyah et al., 2017). Adapun sasaran dari pengenalan atau promosi melalui Blog ini yaitu masyarakat umum khususnya yang berdomisili di daerah Karawang dan sekitarnya, dengan tujuan agar dapat mencakup pasar yang lebih luas lagi.

Pengenalan pemasaran melalui *web blog*

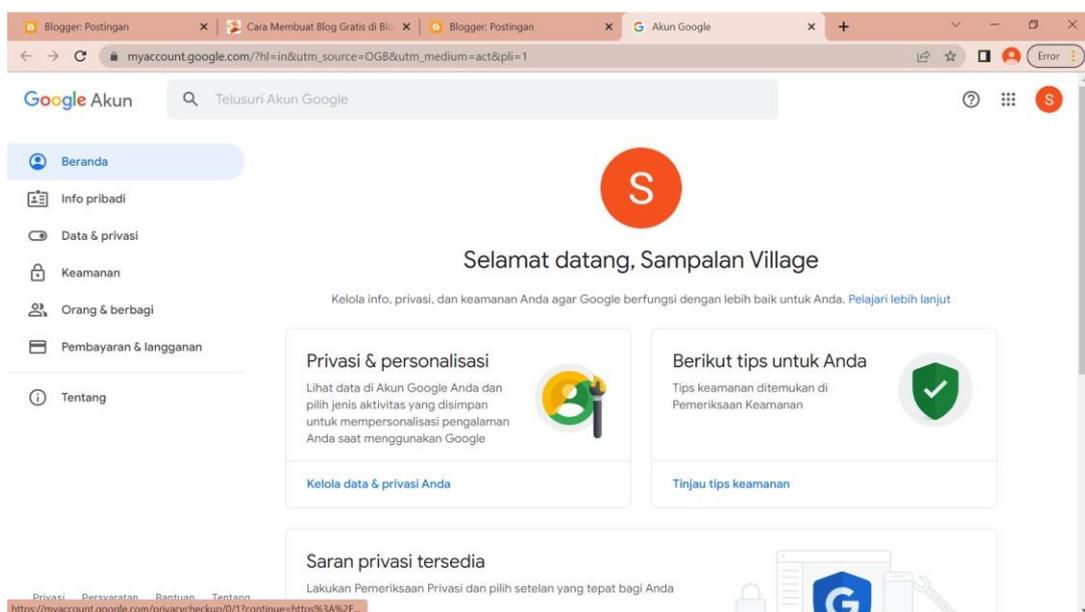
1. Membuat akun google

Pertama yang dilakukan yaitu membuat akun terlebih dahulu dengan memasukan nama lengkap desa, email dan password.



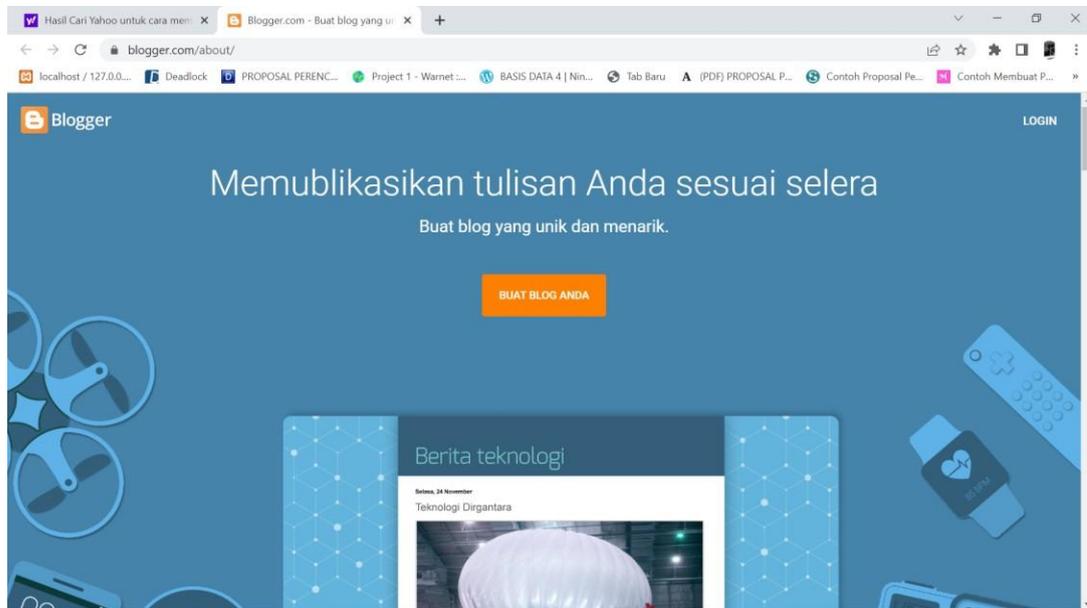
2. Tampilan setelah membuat akun google

Berikut ini adalah tampilan awal setelah membuat akun google dan akan ada beberapa menu pilihan disamping kiri. Dan disambut juga oleh google saat setelah terverifikasi akun.



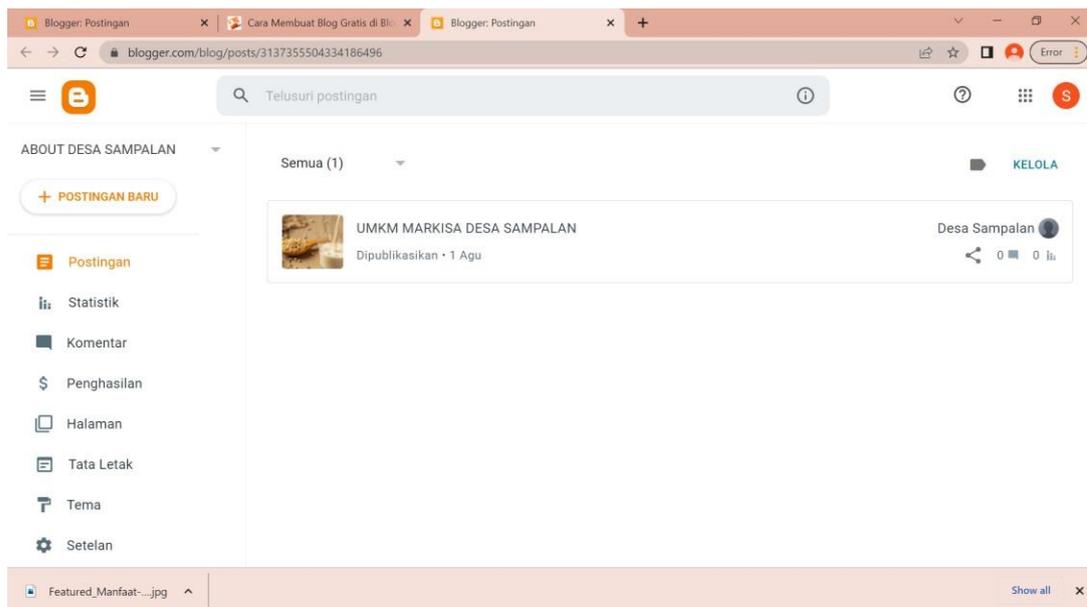
3. Buat akun di blogger.com

Untuk membuat *webblog* pergi kehalaman blogger.com dan membuat blog baru kemudian akan diarahkan ke akun google yang tadi sudah dibuat dan masukkan judul blognya.



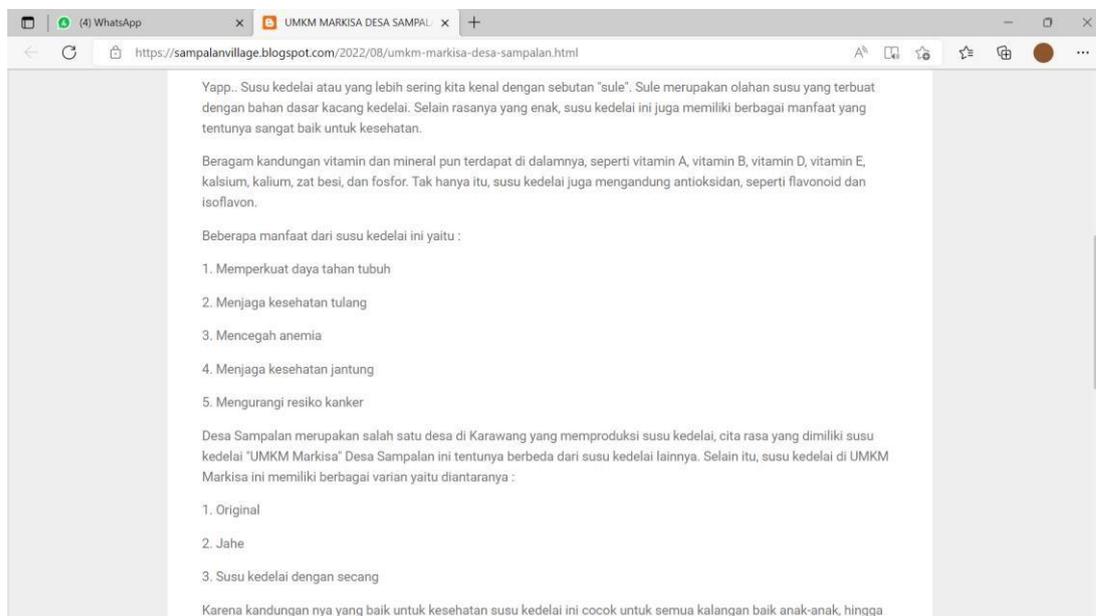
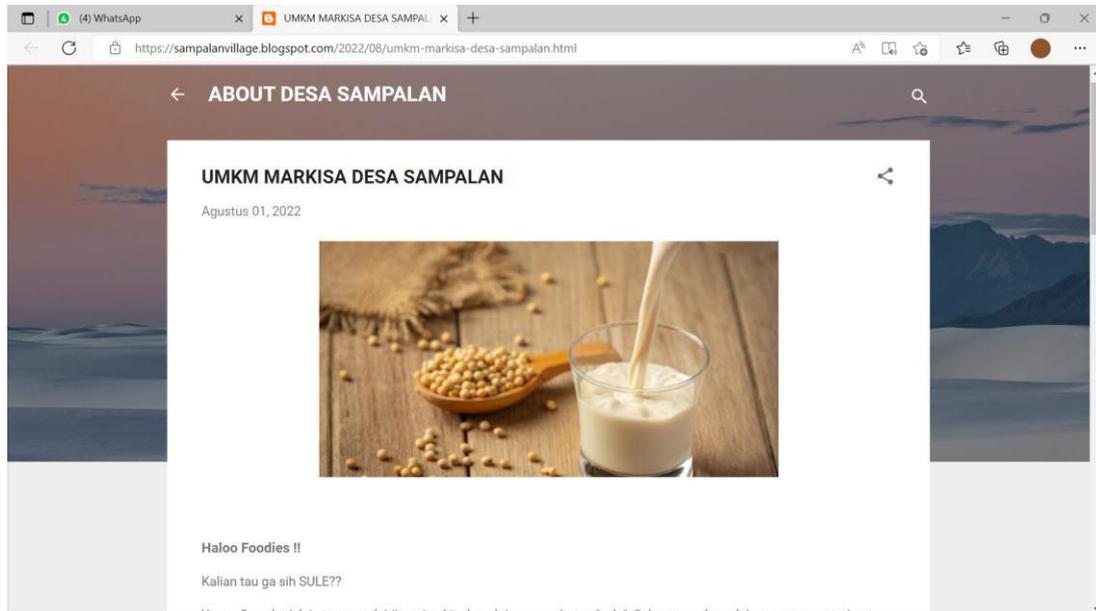
4. Tampilan setelah membuat akun blog

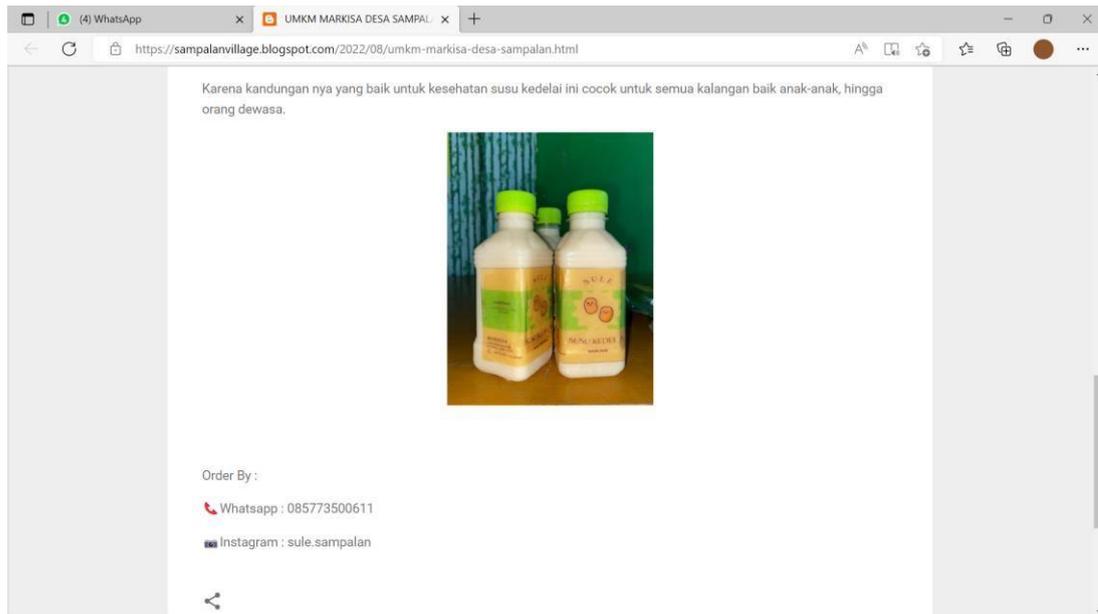
Berikut ini merupakan tampilan setelah membuat akun blogger. Dimana dalam tampilan ini terdapat beberapa fitur seperti postingan, komentar, setelan dan lain-lain. Untuk membuat postingan baru, maka klik menu postingan baru. Dan untuk melihat hasil postingan bisa dilihat di menu postingan.



5. Web Blog

Untuk tahapan akhir yaitu akan ada tampilan tentang UMKM Markisa ini dan ada produk yang akan dijual dan dipasarkan seperti yang ada digambar tersebut. Adapun cara pemesanannya yaitu sesuai dengan nomor telepon yang sudah dicantumkan dalam web.





Dari hasil penelitian ini penulis mendapat respon dari pemilik UMKM yang cukup baik, pemilik UMKM sangat menerima ide pembuatan *web blog* ini. Hanya saja terkendala dalam beberapa hal. Adapun kendala yang dihadapi oleh pemilik UMKM terhadap blog ini yaitu, kesulitan mengenai kata-kata yang dipakai dalam membuat deskripsi postingan dan juga terkendala saat membuat akun baru yang didalamnya banyak langkah serta verifikasi data.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian di Desa Sampalan ini menunjukkan bahwa UMKM di daerah Karawang memiliki peluang untuk mendapatkan konsumen yang lebih luas melalui pemanfaatan media digital seperti web blog. Adapun kesimpulan yang didapat dari penelitian ini yaitu :

1. Target konsumen yang semula hanya di lingkup wilayah kelurahan kemudian bisa berkembang di daerah khususnya seluruh Karawang dengan memperkenalkan produknya melalui media digital seperti website.
2. Promosi dengan media digital bisa meningkatkan motivasi bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya sebab konsumen yang akan dicapai semakin luas. Para pelaku UMKM ini turut berpartisipasi dalam mengembangkan usahanya dan belajar lebih kreatif untuk meningkatkan daya saing dari produk yang mereka jual.
3. Digital marketing memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM.

Rekomendasi

Perlu adanya sosialisasi pada pelaku UMKM dalam pemanfaatan dan cara penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efektifitas dalam pemasaran dan penjualan.

Daftar Pustaka

- Diansyah, R., Syahril, S., Aryanto, A., Arribe, E., & Winarso, D. (2017). Penguatan Umkm Melalui Pelatihan Blog. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 1–7.
<https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.223>
- Feta, N. R., Wiliani, N., & Hesananda, R. (2021). Penggunaan dan pemanfaatan wordpress dalam upaya meningkatkan daya jual untuk pelaku umkm karang taruna bojongkulur. *Jurnal AbdiMas Nusa ...*, 3(1), 1–8.
<http://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/abdimas/article/view/2173>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”* 9(1), 195–204.
- Ihkam, M. (2018). Multimedia Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Blog, Website, dan Facebook. *Jurnal Al-Fawa'id : Jurnal Agama Dan Bahasa*, 8(1), 81–89.
<https://doi.org/10.54214/alfawaid.vol8.iss1.109>