

DIGITAL MARKETING MELALUI BLOGSPOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI DESA MALANGSARI

Abdul Majid , Rengga Madya Pranata

Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer

lf19.abdulmajid@mhs.ubpkarawang.ac.id , renggamadya@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Dalam era sekarang teknologi sangat berpengaruh dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan Oleh Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Buana Perjuangan Karawang bertujuan untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk - produk UMKM yang ada di desa Malang Sari , dan pemasaran secara digitalisasi. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah metode Observasi yang bersifat deskriptif, dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM yang kita tuju di desa Malang Sari. Manfaat dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata menjadi sebuah pengetahuan, membantu pemasaran, keterampilan yang ada di dalam Desa Malang Sari. Hasil yang diharapkan dengan memperkenalkan produk UMKM melalui *Blogspot* dan media sosial adalah dapat meningkatkan inovasi dan penjualan produk dalam pemasaran UMKM yang ada di Desa Malang Sari untuk membantu pemasaran secara digitalisasi di era saat ini.

Kata kunci: Media *Blogspot*, UMKM, Digitalisasi.

Pendahuluan

UMKM merupakan salah satu pilar utama dari fundamental ekonomi Indonesia. Bahkan, di saat terjadinya krisis ekonomi 1998, ternyata sektor UMKM sangat berkontribusi positif dalam menyelamatkan ekosistem ekonomi Indonesia kala itu. Hal yang sama juga terjadi selama pandemi *Covid-19*, yang mana sektor UMKM dapat berpotensi besar untuk menjadi akselerator pemulihan ekonomi nasional (ARIANTO, 2020).

Pengembangan UMKM digital ternyata selaras dengan program pemerintah dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang baru meluncurkan Program Pelatihan UMKM digital. Hal itu tanpa sebab, karena berbagai program ini ditujukan untuk memberikan pendampingan bagi para pelaku UMKM agar dapat beralih ke platform digital dalam berbisnis (ARIANTO, 2020).

Digital marketing adalah upaya pemasaran untuk pemasaran dengan menggunakan

media digital dan jaringan internet. Banyak kelebihan digital marketing dibandingkan upaya pemasaran tradisional. Kelebihan tersebut adalah kemudahan dalam menjangkau target target pasar lebih luas, membutuhkan biaya yang lebih kecil dan menggunakan komunikasi dua arah dengan calon konsumen (Purnomo, 2020).

Saat ini internet sudah digunakan banyak orang, dan internet menjadi media informasi pertumbuhannya sangat cepat. Sudah layaknya kita mempunyai usaha atau bisnis, mulai mempertimbangkan penggunaan internet sebagai media informasi mengembangkan bisnis tersebut. Banyak pengusaha yang masih cengang memanfaatkan media internet atau *Blogspot*.

Media informasi sangat berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap penjualan suatu produk. Dampak tersebut bisa dirasakan oleh masyarakat, pemerintahan, dan stakeholder yang ada urusannya dalam suatu usaha masing-masing, dalam hal ini adalah internet khususnya media *Blogspot* sebagai manfaat penggunaan media informasi terhadap penjualan produk bagi pengusaha tersebut (S, 1 April 2018).

Blogspot adalah jenis situs web yang isinya memuat gagasan dari satu atau beberapa penulis dan memiliki urutan penerbitan secara kronologis (dari konten terbaru hingga konten terlama), itu sendiri. Dari blog memiliki struktur standar (Hidayat & Achintiya, 2021).

Berikut beberapa struktur standar pada blog:

1. *Header*: *Header* terletak pada bagian atas blog yang biasanya berisi judul blog, deskripsi blog dan menu dari blog itu sendiri.
2. *Navbar*: *Navbar* terletak pada bagian atas judul. *Navbar* sendiri mempunyai fungsi yaitu untuk memudahkan kita (Pemilik blog/editor) dalam mengelola blog.
3. *Main blog*: *Main blog* terletak di tengah-tengah blog. Disinilah lokasi posting dari blog. *Main blog* juga mempunyai beberapa struktur diantaranya judul, tanggal, nama penulis, dan kolom komentar.
4. *Sidebar*: *Sidebar* biasanya berisi posting populer dan arsip. Kita dapat menambahkan *widget* lain, seperti kalender, jam, dan banyak lainnya. Itu dapat terletak di sisi kiri atau kanan blog.
5. *Footer*: *Footer* terletak di bagian bawah blog. Informasi singkat dari pemilik blog biasanya di isi pada alamat email, kontak, atau formulir berlangganan,

Berdasarkan penjelasan di atas mendorong penulis untuk mengkaji mengenai memperkenalkan UMKM dengan media web yaitu menggunakan *Blogspot* ke dalam bentuk artikel yang berjudul “DIGITAL MARKETING MELALUI BLOGSPOT DALAM

MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI DESA MALANGSARI” yang bertujuan dapat membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya di era digitalisasi.

Metode

1. Waktu dan Tempat

Lokasi dilaksanakan di Desa Malangsari. 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. *Blogspot* UMKM yang dibangun.

2. Target Subjek

Prosedur Kajian Pada tahapan pengkajian, dilakukan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

a. Analisis dan Pengumpulan Data

Pada tahapan ini bertujuan untuk menganalisis data yang menjadi kebutuhan. Data-data tersebut akan digunakan sebagai objek yang menjadi prosedur kajian yaitu UMKM. Tahapan ini juga menjadi tahapan pengumpulan Data – data sehingga dapat memahami data memudahkan dalam mengkaji permasalahan yang ada di UMKM.

b. Membuat *Blogspot*

Pada tahapan ini bertujuan untuk membuat dan membangun *Blogspot* sebagai wadah Promosi, Informasi dan Pemasaran Produk UMKM yang ada di Desa Malangsari.

c. Pengujian

Pada tahapan ini bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap *Blogspot* UMKM yang telah dibangun.

3. Hasil

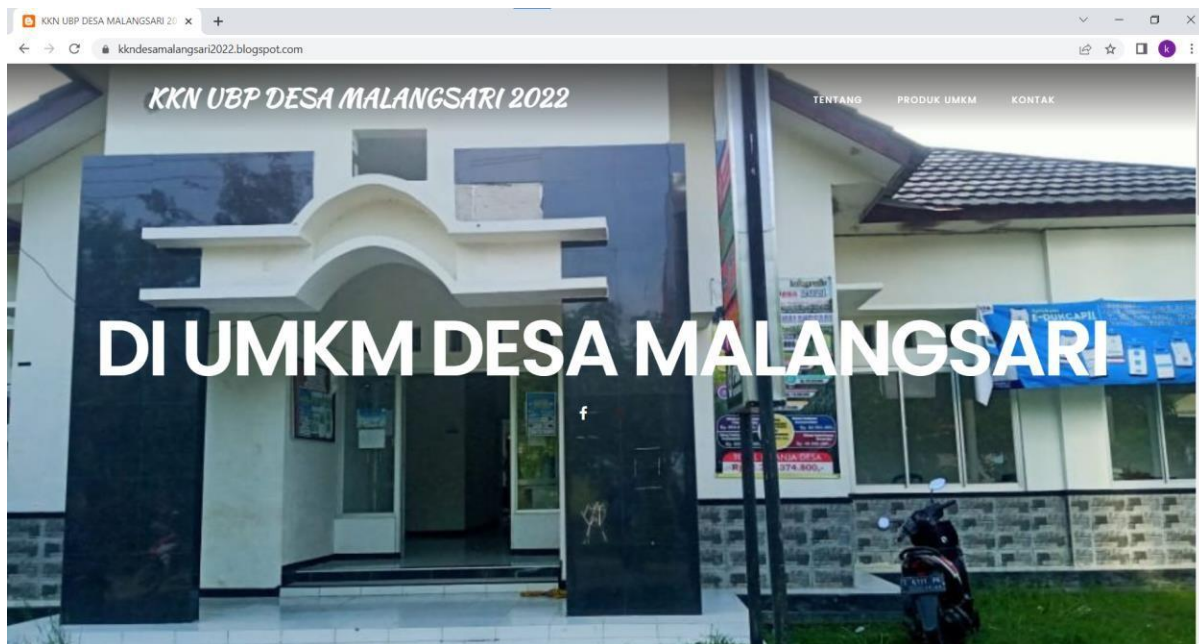
Pada tahapan ini bertujuan sebagai evaluasi penelitian dari hasil pengujian dari *Blogspot* yang telah dibangun. Sehingga dapat ditentukan apakah *Blogspot* sudah layak digunakan atau masih perlu adanya perbaikan.

Metode ini yang digunakan pada kegiatan ini adalah metode Observasi yang bersifat

deskriptif. Metode Observasi adalah cara pengumpulan data dengan mengamati dan menganalisis apa yang terjadi di lokasi atau tempat kegiatan penelitian tersebut. Tujuan dari metode penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data yang dapat dipercaya tentang situasi dan kondisi yang mendukung temuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak pelaku atau pemilik UMKM tersebut.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan oleh Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Buana Perjuangan Karawang memanfaatkan *Blogspot* dan memperluas jangkauan UMKM yang ada di desa Malangsari dalam memperkenalkan dan memasarkan UMKM secara digitalisasi di era sekarang saat ini. Sehingga pemasaran dapat membantu dan menyebar luas ke pasar yang lebih luas. Adapun tampilan *Blogspot* untuk membantu dan memperkenalkan UMKM desa Malangsari dapat di lihat pada tampilan yang ada di bawah ini :



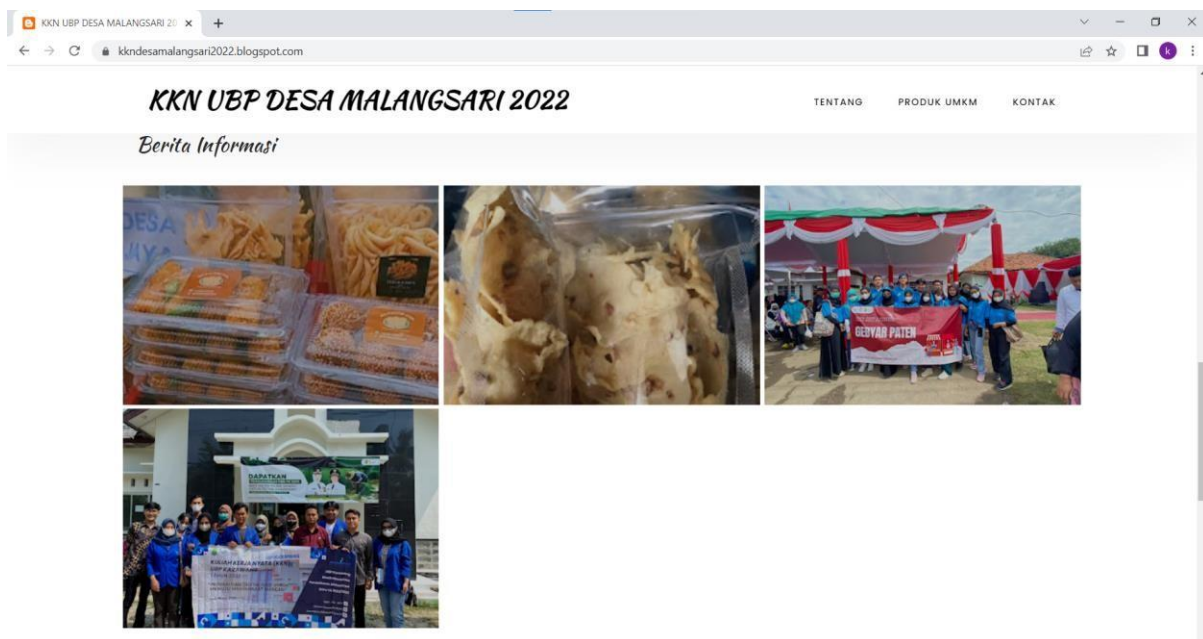
Gambar 1. Tampilan *Blogspot* UMKM Desa Malangsari

Pada tampilan beranda pada *Blogspot* UMKM Malangsari. Pada bagian beranda terdapat nama” SELAMAT DATANG DI UMKM DESA MALANGSARI” dan ada media sosial seperti Facebook yang dilihat dengan cara meng klik *icon* tersebut.



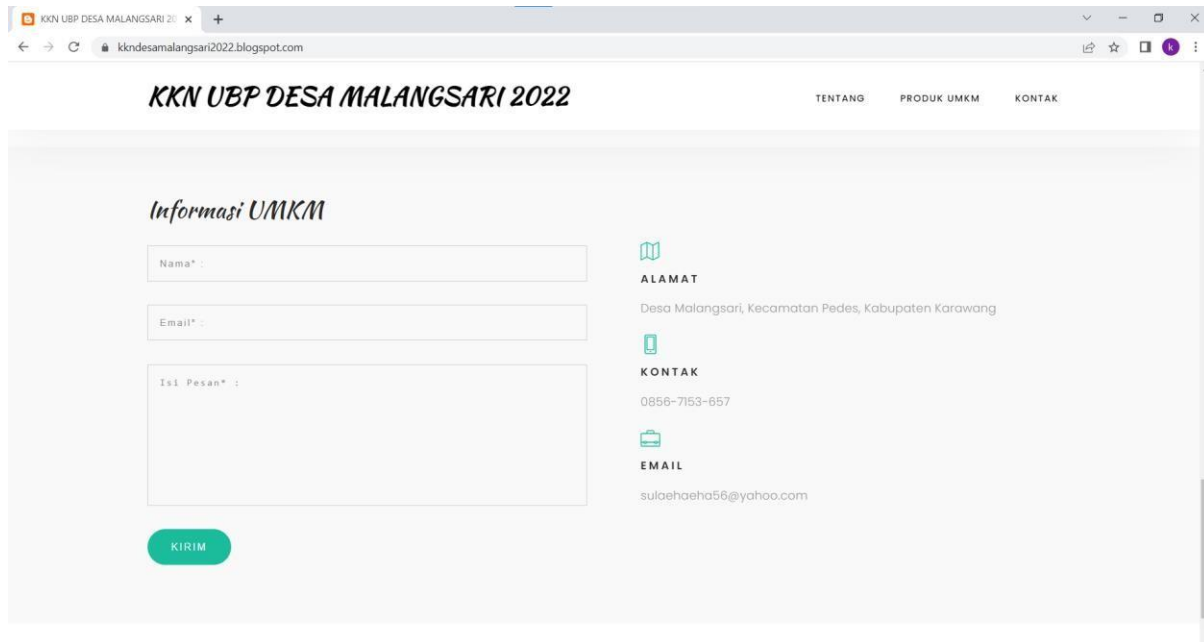
Gambar 2. Tampilan Tentang Desa Malang Sari

Pada bagian gambar 2 terdapat beberapa tentang profil Desa Malang Sari.



Gambar 3. Tampilan berita informasi UMKM Desa Malang Sari

Pada Gambar 3 menjelaskan tentang halaman berita informasi UMKM yang ada di Desa Malang Sari dan melihat deskripsi produk tinggal dengan mengklik gambar yang dipilih.



Gambar 4. Tampilan Informasi Kontak UMKM

Pada Gambar tersebut menunjukkan informasi kontak UMKM tentang pemesanan produk UMKM pada *Blogspot* UMKM Desa Malangsari. Dan menampilkan kontak dari pemilik UMKM dan lokasi Desa. Cara pemesanan produk UMKM cukup dengan menghubungi nomor kontak yang ada di *Blogspot* tersebut.

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Digitalisasi Marketing melalui *Blogspot* UMKM dapat menjadi sebuah solusi dari permasalahan yang terjadi pada unit UMKM Desa Malangsari. Karena dengan pemanfaatan *Blogspot* UMKM bertujuan untuk mewadahi produk UMKM yang ada di Desa Malangsari sebagai salah satu media pemasaran dan promosi. Pemanfaatan media *Blogspot* UMKM ini diharapkan bisa dapat membantu pelaku UMKM agar dapat meningkatkan penjualan produk UMKM kepada masyarakat luas.

2. Rekomendasi

Penjualan dan Pemasaran digitalisasi marketing dengan melalui teknologi internet menjadi sebuah rekomendasi untuk para pelaku UMKM dalam penjualan produk di masa saat ini. Dengan harapan dapat bisa meningkatkan pemasaran produk UMKM dalam digitalisasi Marketing tersebut.

DAFTAR ISI

ARIANTO, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 233-247.

Hidayat, A., & Achintiya, V. L. (2021). PERANCANGAN DAN PEMBUATAN WEB DENGAN BLOGSPOT. *PERANCANGAN DAN PEMBUATAN WEB DENGAN BLOGSPOT*, 1-12.

Purnomo, N. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Karya Abdi* , 376-381.

S, H. (1 April 2018). PENGARUH PENGGUNAAN WEBSITE TERHADAP PENJUALAN PRODUK PENGUSAHA UMKM PADA ASOSIASI INDUSTRI KREATIF DEPOK. *Pengaruh Penggunaan Website*, Volume 10,. 39-46.