ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

PEMANFAATAN MEDIA *WEBSITE* DALAM UPAYA PENINGKATAN DIGITALISASI UMKM MENUJU MASYARAKAT MANDIRI DI DESA MEDANGASEM

Awaljan , Fathurohman
Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
SI19.Awaljan@mhs.ubpkarawang.ac.id , Fathurohman@ubpkarawang.ac.id

Ringkasan

Pandemi COVID-19 telah sangat mengurangi banyak kegiatan masyarakat dan banyak bidang penting yang berbeda. Sektor ekonomi paling terdampak, terutama bagi UMKM. Pada era sekarang ini, teknologi memberikan pengaruh yang besar terhadap aktivitas masyarakat baik dalam hal komunikasi maupun jual beli. Usaha kecil menengah di desa Medangasem menghadapi kendala dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu penggunaan media website UMKM Desa Medangasem dimaksudkan sebagai wadah bagi produk UMKM, bekerja untuk memasarkan dan mempromosikan produk UMKM Desa Medangasem. Website ini dibuat dengan harapan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran kepada konsumen. Dalam pembuatan website UMKM digunakan metode observasi, karena harus ada data terkait produk, jenis produk, harga produk yang dihasilkan UMKM. Dengan dibuatnya website UMKM Desa Medangasem diharapkan dapat menjadi wadah pengembangan untuk meningkatkan kemampuan dalam memasarkan dan menjual produk UMKM dengan tujuan meningkatkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat yang berasal dari Desa Medangasem.

Kata kunci: Media *Website*, Ekonomi, UMKM

Pendahuluan

Desa Medangasem merupakan salah satu Desa yang berada di Kecataman Jayakerta Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Berdasarkan data prodeskel, Desa Medangasem memiliki Luas 400 Ha. Total dusun di Desa Medangasem berjumlah enam dusun dengan jumlah penduduk 9.772jiwa. Mata pencaharian warga di Desa Medangasem mayoritas sebagai petani sawah dan ladang, selain itu masyrakat desa Medangasem juga memiliki usaha sampingan dengan membuka UMKM kecil-kecilan dihalaman rumah mereka.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peranan penting dalam upaya meningkatkan sebuah PDB atau pendapatan domestik bruto di sebuah negara (Amri, 2020). Dalam meningkatkan ekonomi di sebuah negara, UMKM juga merupakan kunci dalam proses pembangunan negara. UMKM menjadi sebuah peranan penting dalam upaya peningkatan ekonomi dan menjadi sumber penyerapan tenaga kerja di sebuah negara. Dari hal tersebut, permberdayaan UMKM perlu diperhatikan karena memiliki peranan penting sebagai pembangunan Perekonomian Negara (Narto et al. 2020; Muljanto 2020).

Desa Medangasem merupakan salah satu desa di Kecamatan Jayakerta Kabupaten Karawang yang penduduknya Mayoritas petani sawah dan ladang dengan banyak masyarakat yang mempunyai mata pencaharian sampingan sebagai pelaku UMKM. Dari hal tersebut, Desa Medangasem merupakan salah satu desa yang menjadi faktor dari pembangunan perekonomian di Negara Indonesia. Apabila UMKM terus berkembang baik, Maka bisa dikatakan bahwa pembangunan perekonomian di Indonesia dapat meningkat. Pada saat melakukan survey ke setiap dusun, peneliti menemukan beberapa UMKM dari empat dusun yang ada di Desa Medangasem. Adapun jenis UMKM yang ada di Desa Medangasem diantaranya makanan ringan, Jelly/Agar-agar.

Pandemi covid-19 yang terjadi di Desa Medangasem dan pemberlakukan PPKM Darurat oleh Pemerintah Kabupaten Karawang, tentu membuat dampak bagi pelaku UMKM di Desa tersebut. Penurunan penjualan dan omset yang didapatkan merupakan dampak nyata yang dirasakan oleh pelaku UMKM di Desa Medangasem. Sehingga apabila itu terus terjadi tanpa adanya solusi akan membuat perekonomian di masyarakat menurun. Sehingga perlu adanya solusi yang dapat meningkatkan perekonomian masayarakat khususnya pelaku UMKM.

Pada Permasalahan UMKM yang terjadi di Desa Medangasem yang disebabkan oleh dampak Pandemi Covid 19 dan PPKM darurat, mengakibatkan UMKM yang ada di Desa Medangasem mengalami penurunan pendapatan. *Digital Marketing* merupakan salah satu konsep Pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital yaitu Internet, dalam hal ini mungkin bisa menjadi salah satu solusi untuk mengatasi penurunan penjualan pada pelaku UMKM di Desa Medangasem. Dengan mempromosikan dan memasarkan produk UMKM melalui media digital dan menyebarkan informasi terkait produk kepada konsumen bisa menjadi solusi pemasaran yang tepat ditengah – tengah pandemi Covid yang saat ini terjadi. Ide dan solusi tersebut didapatkan karena prilaku Masyarakat yang saat ini terjadi, yaitu memanfaatkan teknologi Internet sebagai sarana komunikasi Jarak Jauh. Dalam memasarkan dan mempromosikan produkmelaui media digital dapat dilakukan dengan salah satu konsep *Digital Marketing* yang dapat digunakan yaitu memasarkan, Mempromosikan dan memberitahu Produk UMKM yaitu melalui Media *Website*.

Website adalah sebuah halaman yang memuat sebuah informasi berupa Gambar Teks, Audio atau Gabungan dari gambar, Teks dan Audio (Hidayat, 2010). Hal tersebut memungkinkan dalam melakukan pemasaran dan penjualan produk UMKM Desa Medangasem secara *Online* dengan memanfaatkan *Website* sebagai medianya. Karena *Website* memuat sebuah Informasi yang bisa berupa Teks, Gambar, Audio ataupun Gambar yang Bergerak. Sehingga dalam pemasaran dan penjualan produk melalui *Website* bisa

menggunakan kalimat atau teks, gambar, audio, atau gambar yang bergerak untuk mengenalkan produk kepada pelanggan yang dibuat sekreatif dan mengundang perhatian yang positif terhadap produk yang di pasarkan. Dari permasalahan dan latar belakang tersebut, kajian penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi pemasaran produk yang optimal yaitu dengan membuat *Website* sebagai wadah untuk menampung informasi dan Promosi terkait UMKM yang ada di Desa Medangasem. Dengan begitu, Permasalahan pada UMKM yang sedang menurun mungkin bisa membantu dalam upaya meningkatkan Perkembangan UMKM menjadi lebih baik.

Metode

1. Waktu dan Tempat Kajian

Lokasi pengabdian dilaksanakan di Desa Medangasem. Adapun waktunya terhitung dariTanggal 01 Juli – 31 Juli 2022. 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 Medangasem 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 Medangasem 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 Medangasem.

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*. Hasil

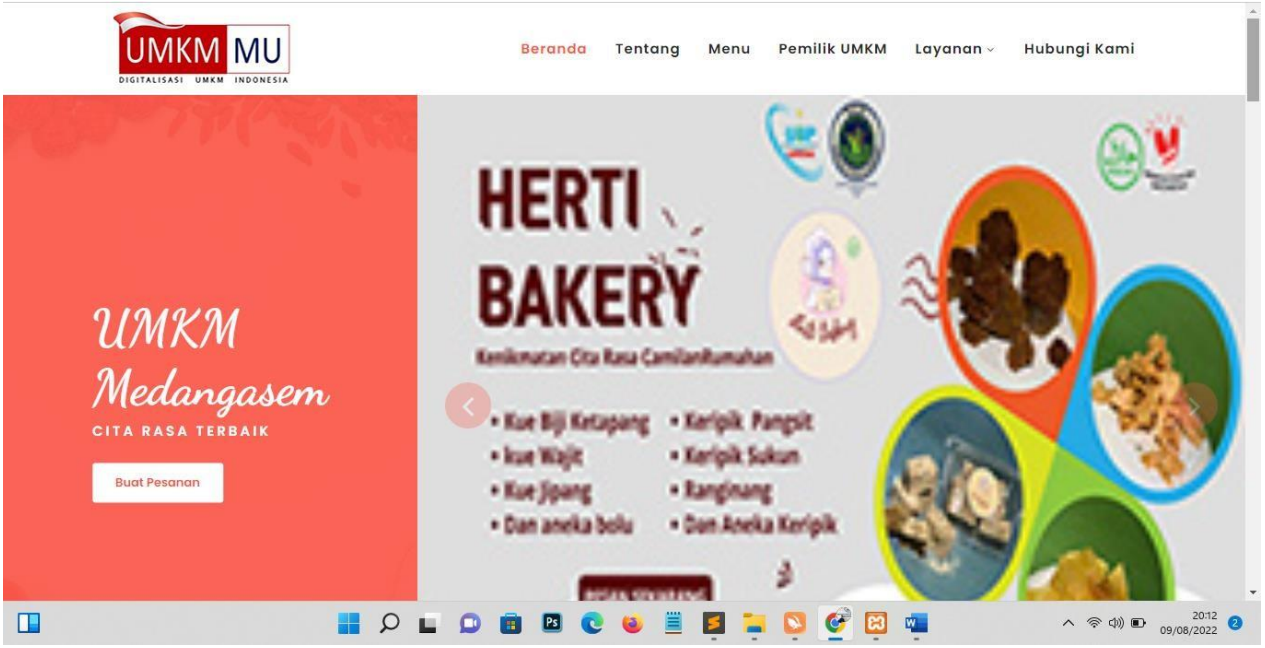
Tahapan ini bertujuan sebagai evaluasi penilaian dari hasil pengujian dari *Website* yang dibangun. Sehingga dapat ditentukan apakah *website* sudah layak digunakan atau masih perlu adanya perbaikan.

3. Teknik Analisis Data

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

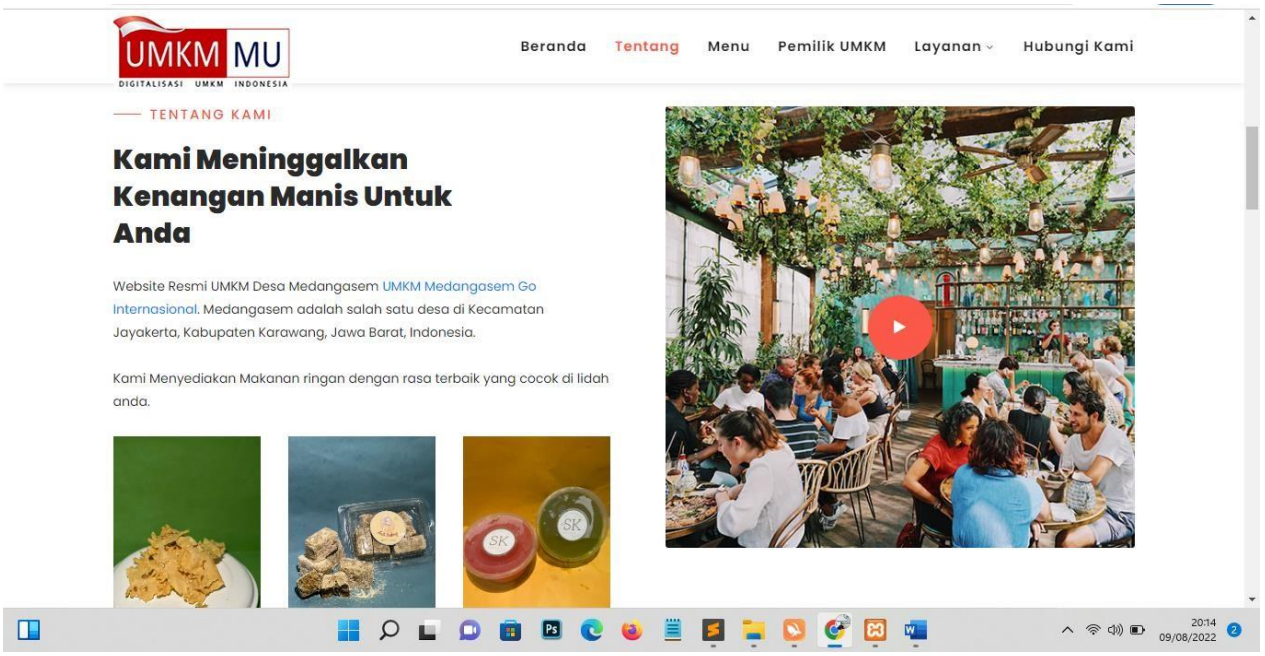
Hasil dan Pembahasan

Perancangan *Website* UMKM Desa Medangasem menjadi sebuah sarana pemasaran dan promosi penjualan produk UMKM Desa Medangasem. Hal tersebut mungkin saja bisa menjadi solusi dalam penanganan penurunan produk penjualan UMKM Desa Medangasem pada kondisipandemi covid-19 yang sekarang terjadi dalam kurun waktu 2 tahun kebelakang. Tentu *Website* ini dibangun dengan tampilan yang memudahkan para UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produknya kepada seluruh masyarakat luas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Pada *Website* UMKM, pelaku UMKM dapat memasarkan produknya dengan cara membuat akun. Selanjutnya, mengisi data – data terkait produk UMKM yang akan dipasarkan dan dipromosikan. Setelah mengisi data – data terkait UMKM, pelaku UMKM tinggal menunggu pemesanan dari pelanggan. Jika Pelanggan tertarik untuk membeli, maka pelanggan akan menghubungi penjual produk UMKM yang diminati oleh pelanggan tersebut. Adapun Tampilan *Website* UMKM Desa Medangasem sebagai Berikut.



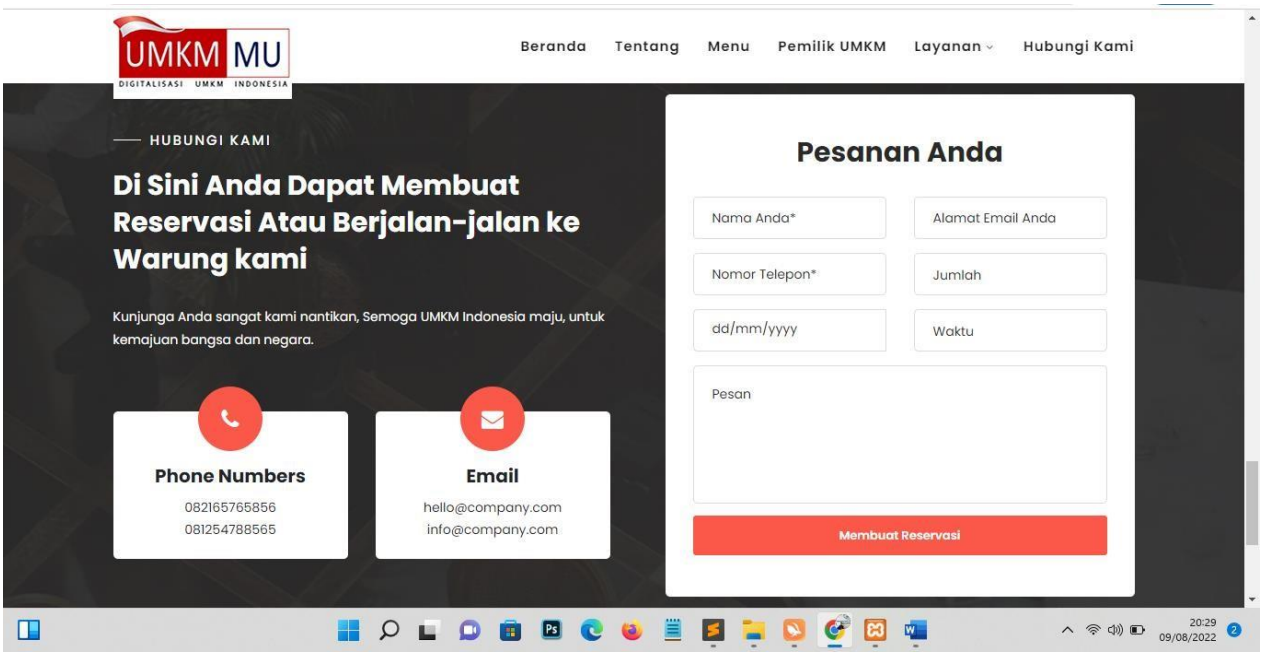
Gambar 1. Tampilan *Website* UMKM Desa Medangasem

Pada tampilan beranda *Website* UMKM yang dijelaskan Pada Gambar 1, merupakan halaman yang memaparkan secara sekilas dari produk UMKM yang berada di Desa Medangasem.



Gambar 2. Tampilan Tentang Produk UMKM

Tampilan Produk UMKM merupakan deskripsi terkait produk yang akan dipasarkan, Bagian tersebut merupakan sebuah informasi dari produk UMKM yang menggambarkan Produk tersebut. Pelaku UMKM tentu harus meyakinkan para pengunjung *Website* UMKM terkait produk yang dipasarkan sehingga para pengunjung *Website* akan tertarik dan akan menghubungi penjual apabila berminat untuk membeli.



Gambar 3. Pemesanan Produk

Pada Gambar 3 menjelaskan tentang halaman pemesanan produk UMKM pada *Website* UMKM Desa Medangasem. Pengguna yang berminat untuk membeli produk UMKM dapat langsung bisa memesan yang nantinya data pemesanan akan masuk di data admin. Dengan begitu pembuatan *Website* UMKM ini dapat menjadi tempat pemasaran yang cocok di era Pandemi yang sekarang terjadi. Dengan harapan pelaku UMKM dapat lebih mudah dalam menjual produknya.

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Pemanfaatan media *Website* UMKM dapat menjadi sebuah solusi dari permasalahan yang terjadi pada unit UMKM Desa Medangasem. Karena dengan Pemanfaatan *Website* UMKM bertujuan untuk mawadahi produk UMKM yang ada di Desa Medangasem sebagai salah satu media pemasaran dan promosi. Pemanfaatan media *Website* UMKM diharapkan dapat membantu pelaku UMKM agar dapat meningkatkan penjualan produk UMKM kepada masyarakat luas. Dengan memanfaatkan teknologi yang sekarang semakin maju dan prilaku masyarakat yang mulai beralih menggunakan teknologi bisa menjadi salah satu alasan yang tepat untuk memasarkan dan mempromosikan produk UMKM melalui Media Teknologi seperti *Website*.

2. Rekomendasi

Pandemi Covid dan PPKM darurat yang terjadi di Kabupaten Karawang beberapa waktu lalu membuat dampak bagi pelaku UMKM dalam melakukan aktivitas penjualannya. Akibatnya penjualan produk dan penghasilan pun menurun, Jika terus seperti itu maka perekonomian Masyarakat terus menurun. Hal itu disebabkan karena masyarakat pun merasa di masa pandemi covid-19 untuk berkerumunan di pasar – pasar sehingga beralih menggunakan jual-beli melalui *Online*.Dari hal tersebut, Penjualan dan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi internet menjadi sebuah rekomendasi untuk para pelaku UMKM dalam penjualan produk di masa pandemi yangsekarang terjadi. Dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk sehingga produksi UMKM dapat dilakukan secara normal di masa Pandemi covid 19.

Daftar Pustaka

Narto, N., HM, G. B., & others. 2020. Penguatan Strategi Pemasaran Pudak di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya. Vol 6(1). 48–54.

Kusniawan, Andi dan sardiarinto. 2016. Perancangan Website Jasa Desain Interior Sebagai Media Pemasaran Studi Kasus: CV. Focalpoint Interior. Jurnal evolusi 4(2): 1-10.

Hidayat, Rahmat. 2010. Cara Praktis Membangun Website Gratis Memanfaatkan Layanan Domain dan Hosting Gratis. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Jayanti, S., & Nelisa, M. (2012). Perancangan web sebagai media promosi koleksi naskah kuno Minangkabau di Museum Adityawarman Sumatera Barat. *Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*, *1*(1), 295-304.

Santosa, B. (2008, November). Analisa Dan Perancangan Web Services Untuk Sistem Informasi Universitas. In *Proc. Konf. Nas. Sist. Inf* (pp. 267-271).

Sabari, Y. H. (2010). Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.