

# PEMBANGUNAN MEDIA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DESA TANJUNGMEKAR

Maulana Yusuf Alkandahri<sup>1\*</sup>, Rishma Maudyna<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang, Jawa Barat, Indonesia Jl. HS. Ronggowaluyo Telukjambe Timur, Karawang 41361.

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang, Jawa Barat, Indonesia Jl. HS. Ronggowaluyo Telukjambe Timur, Karawang 41361.

\*Penulis Koresponding: [maulana.yusuf@ubpkarawang.ac.id](mailto:maulana.yusuf@ubpkarawang.ac.id)

## ABSTRAK

Desa Tanjungmekar adalah desa termuda yang ada di Kecamatan Pakisjaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Desa ini merupakan pemekaran dari desa Tanjungbungin. Masyarakat di desa ini banyak berprofesi sebagai petani. Desa Tanjungmekar ini memiliki beberapa pelaku usaha UMKM mulai dari bidang kuliner, pertambakan, pertanian serta konveksi. Pengusaha UMKM desa Tanjungmekar belum menjangkau penggunaan internet untuk mempromosikan produk jualan mereka. Sedangkan pemanfaatan teknologi informasi secara online sangat membantu untuk meningkatkan penjualan para UMKM pada era New Normal saat ini. Pada penelitian ini dilakukan kegiatan pembangunan media digital berbasis website untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar para pelaku UMKM desa Tanjungmekar menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan model triangulasi, yang menggabungkan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UMKM. Membangun sebuah website dimulai dengan Diagram Konteks dan Flowchart. Hasil dari pembangunan website tersebut sebagai media pemasaran diharapkan bisa membantu meningkatkan penjualan UMKM desa Tanjungmekar, sekaligus memperkenalkan desa Tanjungmekar.

**Kata kunci:** UMKM, Desa Tanjungmekar, Website.

## ABSTRACT

Tanjungmekar Village is the youngest village in the Pakisjaya District, Karawang Regency, West Java. This village is a division of Tanjungbungin village. Many people in this village work as farmers. Tanjungmekar Village has several UMKM entrepreneurs ranging from culinary, aquaculture, agriculture and convection. UMKM entrepreneurs in Tanjungmekar village have not yet reached the use of the internet to promote their products. While the use of online information technology is very helpful to increase sales of UMKM in the current New Normal era. In this study, digital website-based media development activities were carried out to increase sales and market expansion of UMKM entrepreneurs in Tanjungmekar Village using a qualitative method, using a triangulation model, which combines structured interviews, in-depth interviews and observations of UMKM entrepreneurs. Building a website starts with Context Diagrams and Flowcharts. The results of the website development as a marketing medium are expected to help increase sales of UMKM in Tanjungmekar Village, as well as introduce Tanjungmekar Village.

**Keywords:** UMKM, Tanjungmekar Village, Website.

## PENDAHULUAN

Desa Tanjungmekar adalah desa termuda yang ada di kawasan Pakisjaya, Kabupaten Karawang. Desa ini merupakan pemekaran dari desa Tanjungbungin. Masyarakat di desa ini banyak berprofesi sebagai petani. Desa Tanjungmekar merupakan desa yang terletak di Kecamatan Pakisjaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat dengan total luas 425,00 Ha, yang terdiri dari luas tanah sawah 288,00 Ha, luas tanah kering 48,40 Ha, dan luas fasilitas umum 88,60 Ha. Sebagian penduduknya bekerja sebagai buruh tani. Jumlah penduduk di Desa Tanjungmekar sebanyak 3.586 orang, yang terdiri dari 1.811 berjenis kelamin laki-laki, dan 1.775 berjenis kelamin perempuan, dengan jumlah kepala keluarga 1051 KK. Desa ini cukup berkembang sangat pesat, walaupun masih ada kekurangan yaitu terkendala jaringan telekomunikasi. Selain itu, desa Tanjungmekar juga tidak mempunyai puskesmas daerah melainkan puskesmas kecamatan yang jauhnya kurang lebih 5 Km (Prodeskel, 2021).

Pemanfaatan teknologi informasi secara online sangat membantu untuk meningkatkan penjualan para UMKM pada era New Normal saat ini. Era New Normal adalah zaman dimana manusia hidup berdampingan dengan virus COVID-19 yang dituntut produktif untuk memulihkan aktivitas sosial-ekonomi. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat bangsa yang saat ini semakin dikembangkan (Sari & Santoso, 2019). Hal ini dikarenakan keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Kemudahan akses situs website menjadikannya kini sebagai media promosi yang cukup berpengaruh, jika dibandingkan dengan media promosi lain seperti brosur, poster dan yang lainnya. Situs web atau website adalah media promosi paling murah, efektif dan efisien apabila dapat dikelola dengan tepat. Dari sudut pandang manapun, media promosi menggunakan website tetap memiliki keunggulan yang lebih banyak, baik dari sudut pandang pendistribusian informasi, kecepatan penyampaian informasi, hingga harga yang dikeluarkan, dan media promosi dalam bentuk situs website sangat berperan penting dalam dunia usaha (Wisswani, 2017).

Pengusaha UMKM desa Tanjungmekar belum menjangkau penggunaan internet untuk mempromosikan produk jualan mereka, media komunikasi yang digunakan dalam bertransaksi jarak jauh hanya menggunakan nomor handphone dan chatting WhatsApp, sedangkan penanganan para UMKM saat era New Normal adalah dengan penggunaan digital marketing. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini ingin melakukan pembangunan media digital berbasis website untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar para pelaku UMKM desa Tanjungmekar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan model triangulasi, yang menggabungkan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UMKM. Fasilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu fasilitas software dan hardware. Software yang digunakan adalah website browser, sublime sebagai teks editor, dan XAMPP, sedangkan hardware yang digunakan adalah laptop. Pembuatan dan pengelolaan website penjualan produk para UMKM desa Tanjungmekar terbagi dua tahap. Tahapan pertama perancangan sistem informasi. Tahap ini dilangsungkan di Kediaman Kepala Desa Tanjungmekar karena membutuhkan data dan informasi lengkap mengenai desa sekaligus berkoordinasi dengan pelaku UMKM desa Tanjungdesa. Tahapan ini berlangsung selama 3 jam dan 30 menit. Tahap kedua berlangsung dalam 3 sesi yang dilaksanakan di Desa Tanjungmekar dan di Rumah masing-masing anggota KKN. Tahap ini berlangsung hingga selama 12 jam. Pembuatan website yang dilakukan berupa pemograman tampilan produk penjualan, dan sistem informasi didalamnya. *Up grading website* diserahkan sepenuhnya kepada pembuat dan pengelola website.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

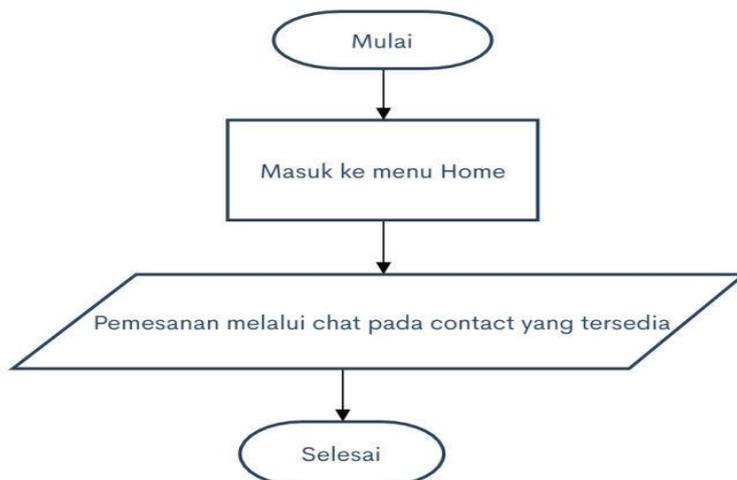
### Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini adalah sebuah website untuk mempromosikan produk UMKM desa Tanjungmekar, sehingga menjadi salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan penjualan dan meluaskan pemasaran pada UMKM tersebut. Membangun sebuah website dimulai dengan Diagram Konteks dan Flowchart. Diagram Konteks adalah diagram yang menggambarkan sumber serta tujuan data yang akan diproses atau dengan kata lain diagram tersebut digunakan untuk menggambarkan sistem secara umum/global dari keseluruhan sistem yang ada (Andryadi, 2017). Adapun diagram konteks website dapat dilihat pada Gambar 1.



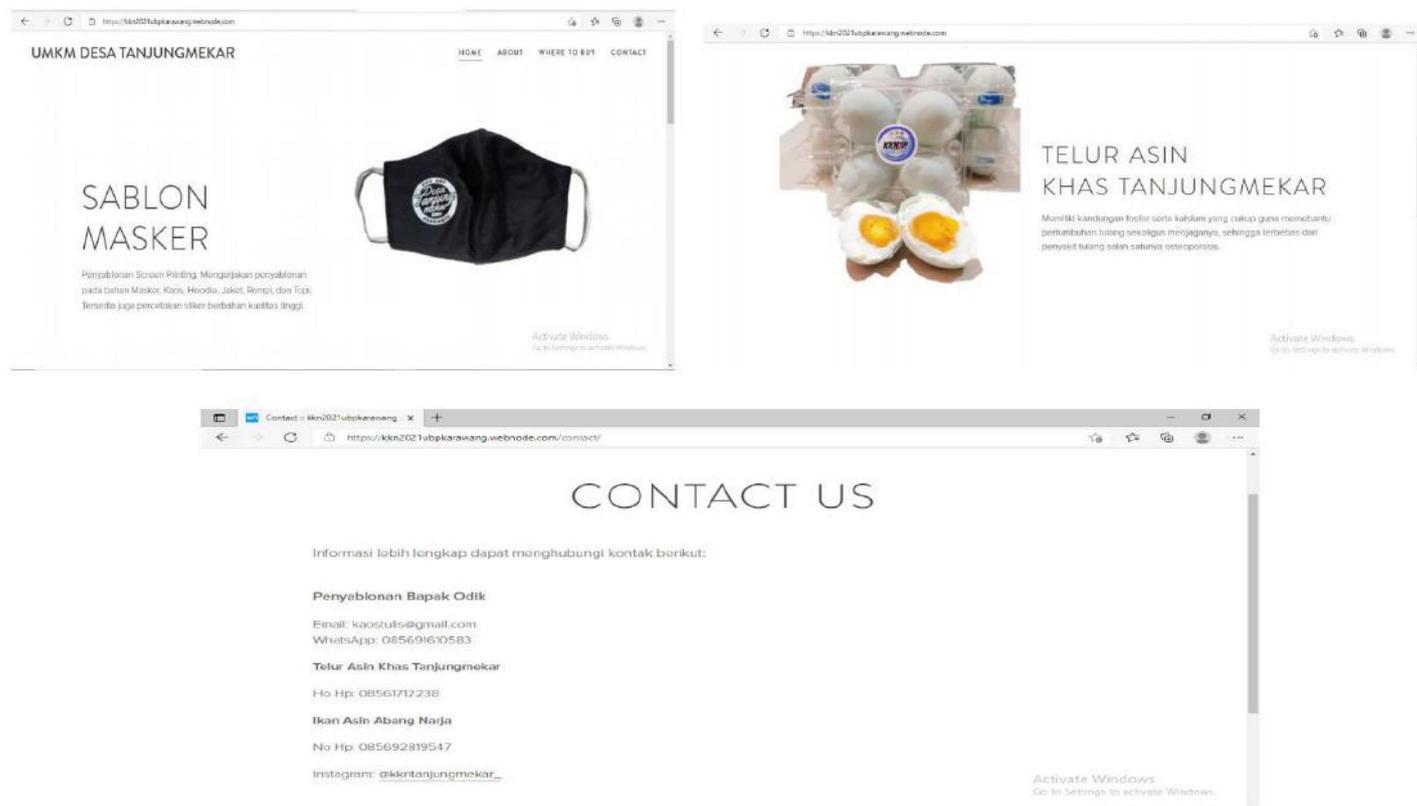
Gambar 1. Diagram Konteks.

Flowchart merupakan penggambaran secara grafik dari langkah-langkah dan urutan prosedur suatu program. Biasanya mempengaruhi penyelesaian masalah yang khususnya perlu dipelajari dan dievaluasi lebih lanjut (Indrajani, 2011). Perancangan flowchat pada website penjualan UMKM desa Tanjungmekar ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Flowchart website produk penjualan UMKM desa Tanjungmekar.

Dalam proses perancangan website UMKM Desa Tanjungmekar meliputi perancangan *tag line*, tampilan, dan penentuan administrator sebagai pengelola website.



Gambar 3. Tampilan website penjualan UMKM desa Tanjungmekar.

## **Pembahasan**

Di era pandemi Covid-19 saat ini, para pelaku usah dituntut untuk memanfaatkan teknologi yang ada untuk menjalankan dan mempertahankan usahanya. UMKM pada saat ini, membutuhkan sebuah pelatihan teknologi modern yang memungkinkan dalam industry 4.0 untuk mengoptimalkan produksinya (Sari & Santoso, 2019). Untuk meningkatkan penjualan produk dari para pelaku UMKM maka dibuatnya website sebagai media digital untuk meningkat penjualan UMKM desa Tanjungmekar. Para pelaku UMKM yang ada di desa Tanjungmekar masih minim pemahaman dalam teknologi, maka perlu adanya sosialisasi dan penyuluhan penggunaan teknologi untuk meningkatkan penjualan dalam pemasaran digital, sehingga dapat mengelola usaha dengan baik.

Desa Tanjungmekar memiliki tiga UMKM yaitu telur asin bapak Epot, ikan asin bapak Narja, dan penyablonan bapak Ordik. Ketiga UMKM tersebut saat ini hanya menerima pemesanan secara langsung, dan saat ini hanya terhung melalui dengan nomor handphone, dikarenakan pelaku para UMKM sudah berumur lanjut, sehingga kurangnya wawasan dari penggunaan internet, maka dari itu pengembangan dan pengeolaan website hanya dikenakan oleh pembuat, dengan pemantauan para pelaku UMKM. Pembangunan website sebagai media pemasaran diharapkan bisa membantu meningkatkan penjualan UMKM desa Tanjungmekar, sekaligus memperkenalkan desa Tanjungmekar sebagai objek wisata baru di kabupaten Karawang.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

### **Kesimpulan**

Pada hasil pembuatan website penjualan produk UMKM terlihat bahwa para pelaku usaha UMKM yang ada di desa Tanjungmekar merasa sangat terbantu dengan adanya website penjualan tersebut, sehingga dapat meningkatkan produktivitas usaha UMKM tersebut.

### **Implikasi**

Diharapkan untuk kedepannya diperlukan pendampingan secara penuh kepada pelaku usaha UMKM desa Tanjungmekar dalam mengelola website untuk penjualan produk UMKM di desa tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

Andryadi, A. A. (2017). Perancangan Sistem Informasi Purchase Orderinternal Non Related Product Berbasis Web (Studi Kasus : PT. Shafco Multi Trading). *Media Informatika*, 16(1), 57-69.

Indrajani, S. (2011). *Perancangan Basis Data Dalam All in 1*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sari, R. P., & Santoso, D. T. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 3(1), 37–42.

Wiswani, N. W. (2017). Prototype Teknologi Rantai Informasi Berbasis Web Bagi UMKM. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 6(1), 42–46.

<http://prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id/mpublik/>