

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Website Untuk UMKM Winanaz

**Adie Pamungkas¹, Firdan Gusmara Kusumah², Hana Diana Maria³, Sudianto⁴,
Jeffy Nugraha⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Bakti Tunas Husada, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Adie Pamungkas

E-mail: adiepamungkas@universitas-bth.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi semakin hari semakin cepat. Hal tersebut menjadi permasalahan bagi pelaku usaha skala mikro untuk bertahan dalam lingkungan bisnis yang ada. Pola konsumsi dari konsumen juga semakin berubah menyesuaikan perubahan tersebut. Konsumen lebih suka untuk menunggu di rumah daripada harus pergi ke toko untuk membeli keinginan dan kebutuhan mereka. Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat tim Program Studi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada adalah membantu UMKM Winanaz untuk memiliki website yang berfungsi untuk menjual produk mereka dan menjadi sarana promosi. Metode yang dilakukan dalam program ini adalah melalui 3 tahapan yaitu, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil yang dicapai adalah terimplementasinya website Winanaz dengan alamat domain winanaz.id dan keterampilan dari anggota UMKM nya dalam mengelola website tersebut. Pembuatan website tersebut diharapkan menjadi media promosi yang andal bagi UMKM Winanaz dan sekaligus dapat meningkatkan penjualan.

Kata kunci – Winanaz, media promosi, UMKM, Website

Abstract

Technological progress is getting faster day by day. This is a problem for micro-scale business actors to survive in the existing business environment. Consumer consumption patterns are also increasingly changing to adapt to these changes. Consumers prefer to wait at home rather than having to go to the store to buy their wants and needs. The aim of the community service program for the Bakti Tunas Husada University Digital Business Study Program team is to help Winanaz MSMEs to have a website that functions to sell their products and become a promotional tool. The method used in this program is through 3 stages, namely, planning, implementation and evaluation. The results achieved are the implementation of the Winanaz website with the domain address winanaz.id and the skills of its MSME members in managing the website. It is hoped that the creation of this website will become a reliable promotional medium for Winanaz MSMEs and can also increase sales.

Keywords – Winanaz, promotion, MSMEs, Website

PENDAHULUAN

Kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penopang perekonomian Indonesia (Aliyah, 2022), tak terkecuali di wilayah Pangandaran Jawa Barat. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat telah merilis jumlah UMKM untuk setiap kota dan kabupaten, dimana di wilayah Pangandaran pada tahun 2022 tercatat ada 32.043 UMKM, salah satunya adalah UMKM Winanaz. Winanaz merupakan usaha milik keluarga yang menjual produk keripik dari rumput laut. Dalam produksinya UMKM ini memanfaatkan sumber daya alam dari wilayahnya sendiri, dimana letak produksi produknya berada dekat dengan pantai.

Kemampuan UMKM untuk bertahan dan bersaing di lingkungan bisnis yang ketat membuat para pelaku UMKM dituntut untuk mampu meningkatkan inovasi produk, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi yang dipakai, dan memperluas wilayah pemasarannya (Parasari et al., 2022). Bagi perusahaan skala mikro dan kecil yang utama adalah sumber daya manusia yang memiliki keterbatasan dalam menggunakan teknologi yang berkembang (Waskithoaji & Darmawan, 2022). Media sosial merupakan alat yang efektif untuk pemberdayaan usaha dengan skala kecil (Kamar et al., 2023).

Wawancara dilakukan dengan ketua UMKM untuk mengetahui permasalahan apa yang menjadi utama dan dapat dipecahkan secepat mungkin. Dari wawancara yang dilakukan didapatkan bahwa yang menjadi permasalahan utama adalah ketidakmampuan SDM UMKM dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi, karena pada saat ini, wilayah pemasaran mereka hanya untuk pasar lokal dan wisatawan yang datang ke Pangandaran.

Berdasarkan hal tersebut tim pengabdian kepada masyarakat Program Studi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada berusaha membantu untuk membangun website untuk menjual produk-produk UMKM Winanaz.

METODE

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Tahap Perencanaan

Langkah awal yang dilakukan untuk memulai program ini adalah tim pengabdian masyarakat melakukan survey untuk mencari UMKM mana yang bersedia dan berkeinginan untuk memajukan brandnya. Setelah itu, dilakukan sosialisasi dan menyamakan pemahaman antara tim pengabdian masyarakat dengan pemilik UMKM Winanaz. Tim memaparkan manfaat penggunaan website dalam memaksimalkan pemasaran ke seluruh wilayah Indonesia.

Selanjutnya tim memaparkan materi mengenai pemasaran digital, guna meningkatkan wawasan mengenai pemasaran digital. Tim dosen pengabdian masyarakat dan mahasiswa program studi Bisnis Digital yang terlibat dalam program ini mempersiapkan materi yang dibutuhkan dalam pembuatan website. Hal yang kemudian dilakukan oleh mitra UMKM adalah menyiapkan sumber daya manusia yang mau dan mampu untuk dilatih untuk mengelola website yang sudah dibuat oleh tim.



Gambar 1.

Ketua Pelaksana PKM dan Ketua UMKM Winanaz

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilanjutkan dengan mitra UMKM diwawancara guna mengetahui produk-produk apa saja yang mereka produksi dan produk mana saja yang akan mereka pasarkan dalam website. Hal tersebut penting untuk dilakukan untuk menghindari produk yang tidak memiliki ketahanan lama terjual kepada konsumen. Setelah itu dilakukan sesi foto untuk setiap produk yang akan dipasarkan melalui website. Website didesain sesuai dengan kebutuhan dan berdasarkan data-data yang sebelumnya sudah didapat. Setelah website sudah selesai dibuat, dilakukan pelatihan kepada tenaga UMKM yang akan menjadi pengelola website tersebut. Pelatihan yang dilakukan antara lain: bagaimana memasukkan produk baru, bagaimana memproses pesanan dan mengupdate status pesanan dari pembeli.

Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan dua cara, yaitu: mengukur seberapa tinggi wawasan mitra UMKM dalam memahami wawasan penerapan pemasaran digital. Pengukuran wawasan tersebut dilakukan dengan pre test dan post test. Evaluasi yang kedua adalah dengan mengukur tingkat pemanfaatan sistem pemasaran UMKM melalui website winanaz.id.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran digital merupakan salah satu manfaat yang dapat digunakan dengan adanya kemajuan teknologi saat ini. Pemasaran digital adalah perpanjangan dari praktek pemasaran konvensional (Mulia & Sulungbudi, 2019). Penggunaan internet yang termasuk di dalamnya adalah website dan media social memberi manfaat bagi pelaku usaha, seperti peningkatan permintaan, terjalinnya hubungan yang baik dengan konsumen, peningkatan jumlah konsumen baru dan jangkauan pemasaran dalam skala global (Jones et al., 2015).

Program pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan memberikan pre test kepada anggota UMKM. Guna untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang akan diberikan. Terdapat 5 pertanyaan yang harus dijawab dengan pilihan benar dan tidak. Pertanyaan-pertanyaan tersebut antara lain: 1. Menjual produk secara online dapat menjangkau pasar yang lebih luas. 2. Menjual produk secara online lebih murah biaya promosinya. 3. Menjual produk secara online memberikan manfaat interaksi langsung dengan konsumen. 4. Menjual produk secara

online akan meningkatkan keuntungan. Dan 5. Menjual produk secara online mempercepat pelayanan kepada konsumen.

Dari 10 anggota UMKM Winanaz, 60% menjawab benar untuk pertanyaan no 1, 40% menjawab benar untuk pertanyaan no 2, 40% menjawab benar untuk pertanyaan no 3, 60% menjawab benar untuk pilihan no 4 dan 50% menjawab benar untuk pertanyaan no 5.

Hasil yang didapat dari pelaksanaan pre test tersebut menggambarkan bahwa kurang terpaparnya para anggota UMKM Winanaz ini dengan informasi mengenai pemanfaatan dan keuntungan menggunakan media online untuk menjual produk mereka.

Tahapan selanjutnya dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemaparan materi mengenai pemanfaat dan keuntungan digital marketing oleh tim dosen Program Studi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada. Langkah ini dilakukan untuk membuka wawasan agar kemudian para anggota UMKM Winanaz ini memahami dan mau untuk mulai menggunakan media online sebagai cara untuk berjualan.

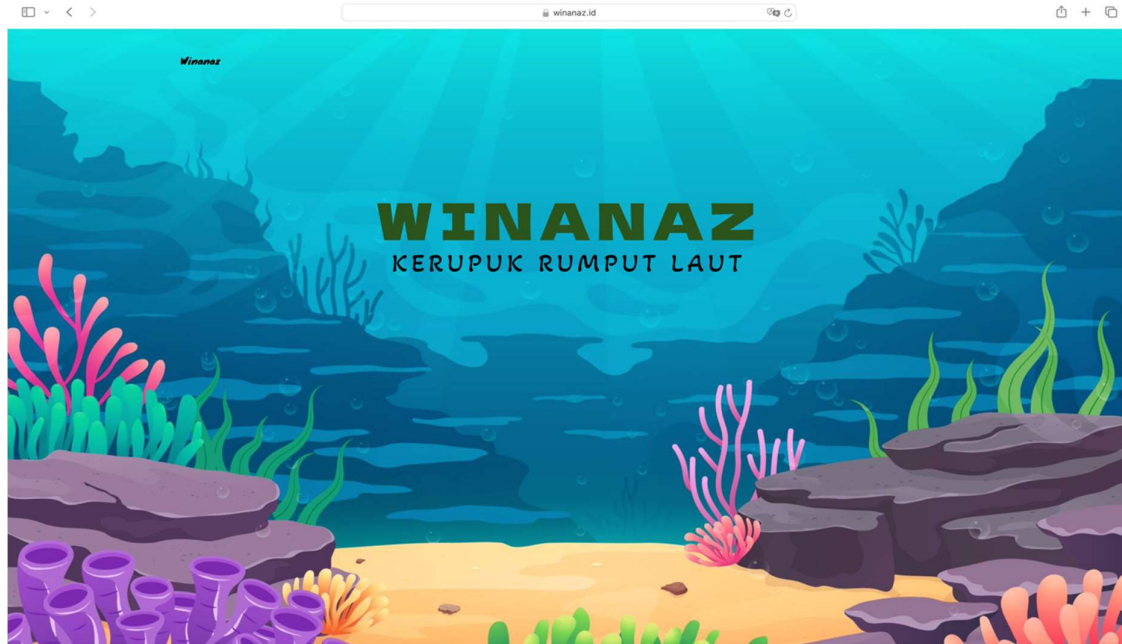
Setelah itu, dilakukanlah sesi pemotretan produk yang akan di tampilkan dalam website Winanaz. Pengambilan foto didampingi oleh ketua UMKM, hal tersebut dilakukan agar ketua UMKM Winanaz dapat memberikan tanggapannya mengenai hasil foto yang sudah diambil. Penjualan melalui website membutuhkan tampilan foto ataupun video yang menarik.



Gambar 2.

Produk-produk UMKM Winanaz

Tahap selanjutnya dan merupakan kegiatan utama dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah pembuatan website. Proses ini memakan waktu yang lumayan lama. Lamanya proses ini dikarenakan pengumpulan data yang dilakukan sembari membuat websitenya. Pembuatan website ini dilakukan oleh tim dosen. Setelah lebih kurang 6 jam kemudian setelah dimulai proses pembuatan, akhirnya websitenya pun selesai dibuat dengan alamat domain www.winanaz.id. Berikut adalah tampilan dari websitenya:



Gambar 3.
Website UMKM Winanaz

Tahapan selanjutnya adalah memberikan arahan kepada salah satu anggota UMKM Winanaz agar mampu mengelola penggunaan website tersebut. Website ini tidak hanya sebagai media untuk menjual produknya namun juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai katalog sekaligus brosur untuk promosi.

Dan tahap terakhir dari program pengabdian masyarakat ini adalah dengan memberikan post test yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang sudah diberikan sebelumnya di tahap pre test. Hasil yang didapat dari pelaksanaan ini 100% para anggota UMKM Winanaz menjawab benar untuk kelima pertanyaan tersebut.

KESIMPULAN

Pemasaran produk UMKM Winanaz secara digital telah dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Program Studi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada dengan alamat website winanaz.id. website tersebut tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk menjual produk namun juga sebagai media dalam mempromosikan produk-produk UMKM Winanaz. Harapan yang muncul setelah pelaksanaan program ini adalah UMKM Winanaz mampu untuk meningkatkan taraf UMKM mereka yang tadinya lokal menjadi nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih sebesar-besarnya kepada LPPM Universitas Bakti Tunas Husada yang telah mendanai dan memfasilitasi Pelaksanaan Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aliyah, A. H. (2022). PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi, 3(1), 64-72.

- Jones, N., Borgman, R., & Ulusoy, E. (2015). Impact of social media on small businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 611–632. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2013-0133>
- Kamar, M. A., Albadry, O. M., Sheikhsouk, S., Al-Abyadh, M. H. A., & Alsetoohy, O. (2023). Dynamic Capabilities Influence on the Operational Performance of Hotel Food Supply Chains: A Mediation-Moderation Model. *Sustainability*, 15(18). <https://doi.org/10.3390/su151813562>
- Mulia, F., & Sulungbudi, B. M. (2019). Pemanfaatan Teknologi Digital Pada UMKM (Studi Pada Penggunaan Internet Pada PPKM Kabupaten Bandung). *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2), 15–25.
- Parasari, N. S. M., Saputra, I. M. G., Anggreswari, N. P. Y., & Pidada, I. A. I. (2022). Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Pitra Tabanan Melalui Sosialisasi Edukasi Pemasaran Digital. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(02), 837–845.
- Waskithoaji, Y., & Darmawan, B. A. (2022). Peran Teknologi dalam Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap UMKM. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(2), 223–237.