

Website Inventaris UMKM Desa Labanasem sebagai Sarana Promosi dan Penguatan Kegiatan Usaha Masyarakat

Ruth Ema Febrita¹, Mohamad Dimyati Ayatullah², Novilia Kareja^{3*}

^{1,2,3} Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia

*novilia@poliwangi.ac.id

Received 30-10-2023

Revised 12-11-2023

Accepted 13-11-2023

ABSTRAK

Desa Labanasem merupakan salah satu desa di Kecamatan Kabat, Banyuwangi, yang memiliki permasalahan dalam pengelolaan UMKM yang ada. Keterbatasan tenaga dan personil untuk melakukan kunjungan dan monitoring satu per satu terhadap UMKM yang ada membuat perangkat desa Labanasem kesulitan dalam memahami kebutuhan UMKM sehingga dukungan yang diberikan oleh desa kepada UMKM belum maksimal. Selain itu, sebagian besar UMKM memiliki kendala dalam hal pemasaran produknya, dimana sebagian besar UMKM hanya dilakukan di depan rumah dan berakibat pada pendapatan secara ekonomi tidak maksimal. Oleh karena itu pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menghadirkan sebuah website untuk menginventarisasi UMKM yang ada secara digital sekaligus sebagai sebuah sistem informasi yang menjembatani UMKM dan perangkat desa. Solusi ini membantu UMKM dalam mengkomunikasikan kebutuhan dan kondisi terkini usahanya sehingga strategi dan bantuan dari perangkat desa dapat tepat sasaran. Selain itu, pelaku UMKM dibekali dengan pelatihan *digital marketing* supaya dapat meningkatkan penjualan. UMKM diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan dari sosial media sebagai sarana dalam melakukan pemasaran produk.

Kata kunci: UMKM; Website Inventaris; Pemasaran.

ABSTRACT

Labanasem Village is one of the villages in Kabat Sub-district, Banyuwangi, which has problems in managing existing MSMEs. Limited manpower and personnel to conduct one-on-one visits and monitoring of existing MSMEs make it difficult for Labanasem village officials to understand the needs of MSMEs so that the support provided by the village to MSMEs has not been maximized. In addition, most MSMEs have problems in terms of marketing their products, where most MSMEs are only carried out in front of the house and as a result, economic income is not maximized. Therefore, the implementation of this service activity presents a website to digitally inventory existing MSMEs as well as an information system that bridges MSMEs and village officials. This solution helps MSMEs communicate the needs and current conditions of their businesses so that strategies and assistance from village officials can be right on target. In addition, MSME players are provided with digital marketing training so that they can increase sales. MSMEs are expected to be able to optimize the use of social media as a means of marketing products.

Keywords: MSMEs; Website To Digitally Inventory; Marketing.

PENDAHULUAN

Desa Labanasem merupakan desa yang terletak di Kecamatan Kabat dan berada di wilayah yang sama dengan kampus Politeknik Negeri Banyuwangi. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Desa Labanasem, Bapak Maimun Ali Nasih, didapatkan beberapa permasalahan yang terjadi di desa tersebut, khususnya pada kelompok

masyarakat yang memiliki usaha (UMKM). Menurut keterangan beliau, terdapat cukup banyak masyarakat yang memiliki usaha, mulai dari usaha produksi makanan hingga usaha kerajinan. Data masyarakat pelaku UMKM tersebut saat ini tercatat oleh pihak desa secara tertulis pada kertas. Hal ini memicu permasalahan pertama, dimana oleh karena beragamnya jenis UMKM yang ada dan keterbatasan perangkat desa untuk mengunjungi tiap UMKM satu per satu, pihak desa merasa kesulitan dalam memantau dan mengorganisir perkembangan masing-masing UMKM. Sebagai contoh, ada satu UMKM pembuat kerajinan yang rutin mendapatkan pesanan dan melakukan transaksi penjualan, namun disisi lain UMKM pembuat kerajinan dengan komoditas berbeda kekurangan bahan baku atau bahkan ada yang mampu memproduksi namun belum memiliki kepastian penjualan. Disisi lain UMKM dalam bidang makanan hanya melakukan penjualan dengan lapak di depan rumah sehingga pendapatan yang dihasilkan tidak seberapa. Ketidaklengkapan informasi tentang setiap UMKM juga mengakibatkan bantuan dari desa tidak merata. Apabila hal ini tidak segera diatasi, maka berpotensi menyebabkan kondisi ekonomi yang stagnan atau bahkan menurun karena kurangnya dukungan dari desa untuk UMKM yang mengalami masa sulit.

Permasalahan kedua yang ditemukan adalah belum semua UMKM memiliki pasar yang tetap untuk menyalurkan komoditas yang diproduksinya, terutama untuk UMKM di bidang non-kerajinan. Selama ini, beberapa UMKM hanya berjualan di depan rumah dan belum memiliki kepastian yang jelas akan adanya penjualan. Desa telah berupaya untuk membuat kegiatan seperti bazar untuk mengakomodasi kondisi tersebut. Akan tetapi hal tersebut hanyalah bersifat insidental. UMKM perlu memiliki penjualan rutin agar terus berkembang dan mencapai tujuan ekonomi. Untuk mencapai aktifitas penjualan yang rutin dan meningkat, maka perlu adanya strategi dan media promosi berbeda yang dilakukan oleh tiap-tiap UMKM.

Solusi yang Tim Pengabdian tawarkan untuk mengatasi kesulitan pihak desa dalam mengorganisir dan memantau perkembangan tiap-tiap UMKM adalah membuat sebuah *website* yang berfungsi sebagai inventaris digital UMKM yang ada di Desa Labanasem. Dalam hal ini, *website* akan menyimpan data profil masing-masing UMKM dengan pengkategorian pada bidang produksi yang ada. Pengkategorian bidang produksi yang ada dapat membantu perangkat desa dalam penentuan strategi pemasaran atau mengadakan kegiatan yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan. Profil UMKM juga akan dilengkapi dengan link tautan media sosial yang nantinya dapat digunakan untuk sarana promosi. *Website* tersebut juga akan berfungsi sebagai sebuah sistem informasi antara perangkat desa dengan UMKM, dimana UMKM dapat mengajukan bantuan bahan baku atau bantuan promosi, melaporkan stok produksi dan omset mingguan.

Fitur profil tiap-tiap UMKM yang dilengkapi dengan tautan media sosial menjadi sarana promosi dalam memperkenalkan UMKM dan produknya pada target market yang sesuai. UMKM juga akan diberikan pelatihan mengenai pembuatan konten bagi sosial media yang dimiliki. Hal ini merupakan bagian dari rangkaian dari upaya tim pengabdian untuk meningkatkan kinerja dan didukung pula dengan

pelatihan yang sebelumnya telah diikuti oleh tim pengabdian sebagai *content creator* yang diselenggarakan oleh Kominfo.

Efektifitas dari website inventaris UMKM sebagai solusi dari permasalahan kesulitan yang dirasakan oleh pihak desa dalam memonitoring perkembangan UMKM dapat diukur menggunakan kuesioner yang diisi oleh pihak desa dengan aspek kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, informasi dan laporan yang disediakan, serta log pengajuan permohonan bantuan dari UMKM kepada desa atau update data stok barang dari UMKM. Sementara itu pelatihan tentang digital marketing sebagai solusi atas permasalahan promosi dan pemasaran akan diukur efektifitasnya berdasarkan jumlah konten rata-rata yang diposting oleh tiap UMKM, beserta omset penjualan mingguan.

Pengembangan website sebagai media UMKM telah berkembang sejak beberapa tahun terakhir. Di kota Surabaya, Sagirani & Diradinata (2017) telah mengembangkan website yang berfokus pada peningkatan layanan pelanggan oleh UMKM. Dalam website tersebut terdapat fitur pendaftaran member, pengambilan bonus pelanggan, penukaran poin, serta pemberian rating pada transaksi yang dipercaya dapat meningkatkan layanan kepada pelanggan. Di tahun yang sama, di Kota Semarang juga telah dibuat website yang berfungsi sebagai katalog produk UMKM yang ada di kota Semarang (Kristiyanti, 2018). Selain berfungsi sebagai katalog, pengunjung juga dapat melihat peta lokasi UMKM yang produknya dipilih agar dapat dikunjungi secara langsung.

Sebagian besar website yang dikembangkan dipergunakan sebagai sarana informasi tentang produk-produk UMKM yang ada, serta digunakan sebagai media promosi (Sholeh et al., 2021) (Noerchoidah & Nurdina, 2022) (Sanjaya et al., 2022). Fitur-fitur utama yang harus tersedia dalam website guna menunjang kegiatan promosi adalah fitur manajemen produk dan form pemesanan. Agar tingkat keberhasilan semakin maksimal, maka pembuatan website perlu diimbangi juga dengan pelatihan kepada pelaku UMKM terkait penggunaan website sebagai platform digital seperti yang dilakukan oleh Tim Pengabdian di Bandung (Pangarso et al., 2023) dan Bandar Lampung (Josiah et al., 2023).

Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan berikutnya ialah adanya pemberian wawasan terkait pemasaran digital oleh tim pengabdian. Digital Marketing seperti yang diungkapkan oleh Febriyantoro & Arisandi (2018) merupakan bentuk pemanfaatan teknologi dalam pemasaran secara digital dengan *internet marketing* sebagai salah satu wujudnya. Febriyantoro & Arisandi (2018) dalam penelitian menunjukkan bahwa kemudahan bagi pelaku usaha dalam berinteraksi dengan konsumen dan berdampak bagi peningkatan penjualan melalui pemasaran secara digital.

Pemasaran secara digital ialah bentuk dari aplikasi dan pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari proses pemasaran (Rapitasari, 2016). Branding melalui web juga

merupakan bentuk dari pemasaran digital (Wardhana, 2015). Minat masyarakat tumbuh dalam pemanfaatan pemasaran digital sebagai sarana pemasaran (Gumilang, 2019). UMKM di Kawasan desa Labanasem juga didorong salah satunya dalam hal pemasaran digital (*digital marketing*). Harapannya ialah produk UMKM dan UMKM sendiri dapat menjangkau khalayak yang lebih luas lagi sebagai target pasarnya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian ini akan dilaksanakan dalam tiga tahapan besar yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Detail setiap kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi pelaksanaan diskusi guna melakukan penyamaan persepsi terkait kebutuhan serta kemampuan dari mitra terkait website serta penggunaan media sosial. Sejumlah kegiatan dilakukan dalam tahap persiapan ini diantaranya ialah diskusi dan penyamaan persepsi mengenai kebutuhan dan kemampuan penggunaan media sosial dan website oleh mitra. Tahapan ini menjadi langkah awal bagi tim untuk memperoleh gambaran dari mitra yang nantinya akan ditampilkan dalam website yang dibuat. Selain itu, tim pengabdian dapat memahami tingkat kemampuan dari mitra dalam penggunaan sosial media serta manfaatnya. Tim pengabdian juga mengumpulkan bahan terkait pembuatan website diantaranya daftar UMKM yang berada di Desa Labanasem dan kontak dari pemilik UMKM tersebut.

b. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan ini, terdapat tiga kegiatan utama yang akan dilaksanakan, yaitu: pembuatan blueprint website dan pembangunan website, pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan digital marketing dan media sosial, dan sosialisasi penggunaan website kepada perangkat desa dan UMKM.

Data yang diperoleh dari penggalian informasi terkait mitra selanjutnya dimodelkan ke dalam bentuk use case diagram, activity diagram, mockup aplikasi, dan *Entity Relationship Diagram* (ERD) dalam proses pembuatan blueprint website. Blueprint ini merupakan kelengkapan dari dokumentasi yang bermanfaat apabila terjadi perubahan di kemudian hari. PHP dan MySQL digunakan dalam pembuatan website selaras dengan dokumen yang dibuat sebelumnya.

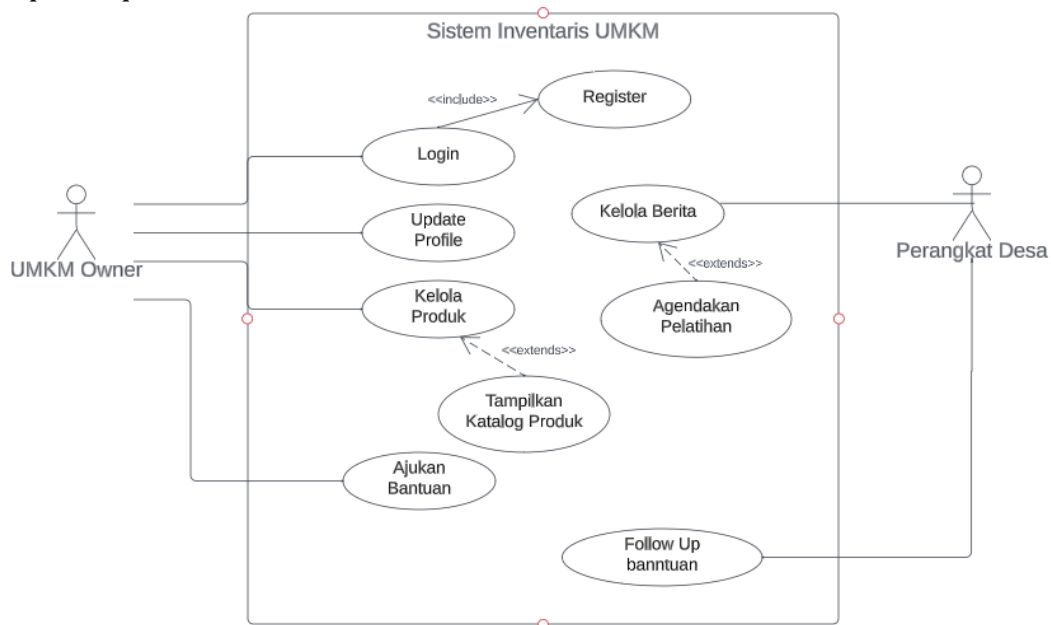
HASIL KEGIATAN

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan website yang digali dengan metode wawancara kepada perangkat desa, maka dirumuskan dua aktor utama yang dapat mengakses website untuk memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalamnya, yaitu Pemilik UMKM dan Perangkat Desa. Kebutuhan fungsional website dirumuskan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Kebutuhan Fungsional Website Inventaris UMKM Desa Labanasem

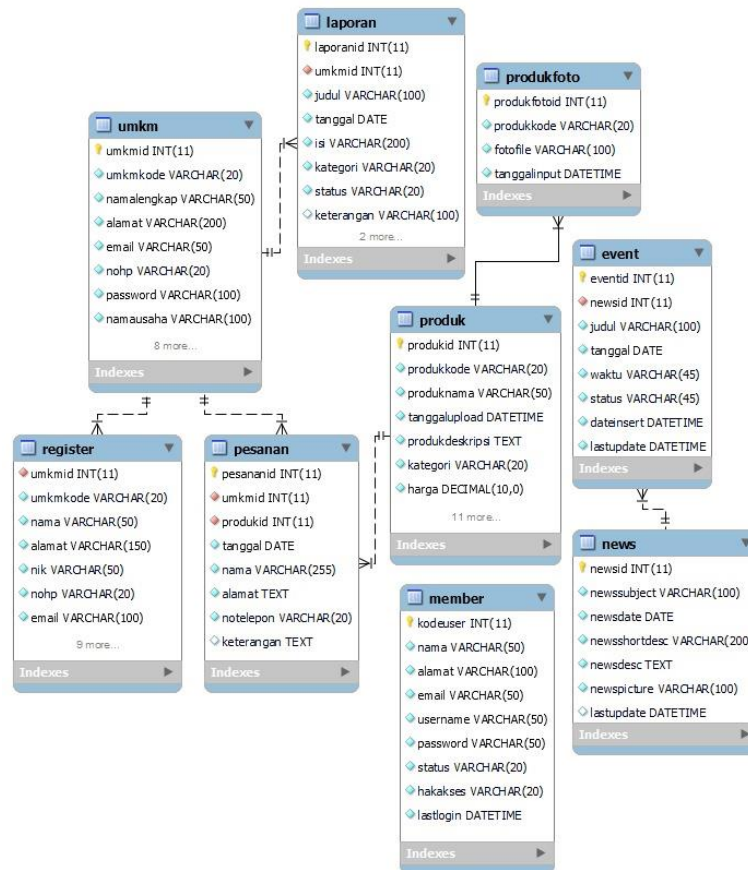
No	Deskripsi
1	UMKM Owner dapat melakukan pendaftaran UMKM
2	UMKM Owner dapat melakukan login pada sistem
3	UMKM Owner dapat melakukan update profil
4	UMKM Owner dapat menambahkan produk yang diproduksi
5	Produk dari UMKM akan muncul dalam katalog yang ada di halaman guest
6	UMKM Owner dapat mengajukan permohonan bantuan kepada desa melalui form
7	Perangkat Desa dapat menambah, mengedit, dan menghapus berita
8	Perangkat Desa dapat melihat informasi pelatihan kewirausahaan dan mengagendakan pelatihan jika ada yang cocok dengan UMKM yang ada di daerah labanasem, didukung dengan layanan SMS gateway / WA blash
9	Perangkat Desa dapat mengakses permohonan bantuan dari UMKM dan dapat melakukan follow up.

Berdasarkan kebutuhan fungsional yang berhasil dikumpulkan, maka dapat gambaran umum website dapat digambarkan melalui Use Case Diagram yang ditampilkan pada Gambar 1.



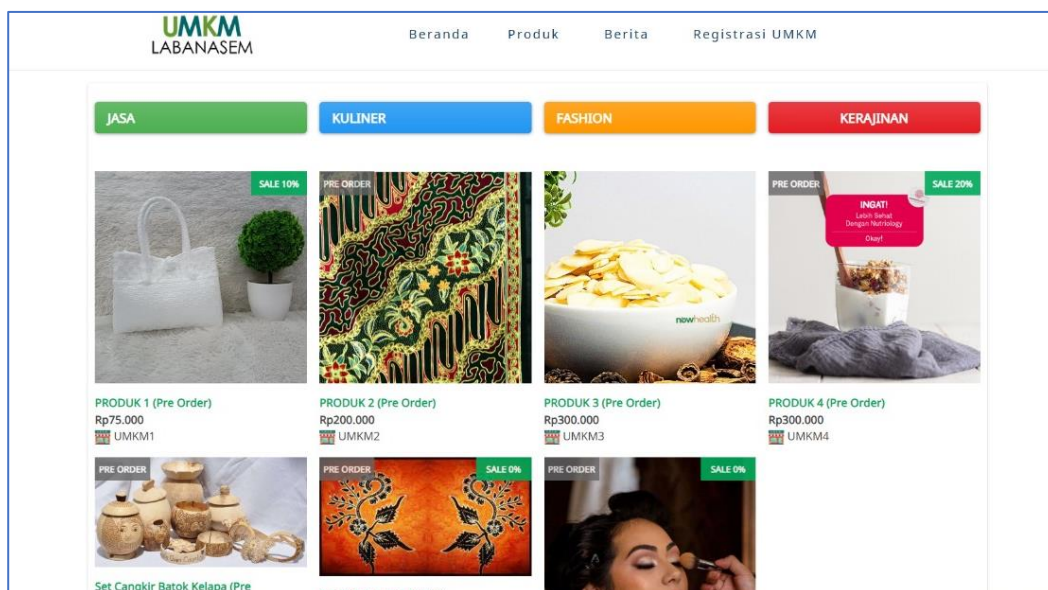
Gambar 1. Use Case Diagram Website Inventaris UMKM

Berdasarkan fungsionalitas yang ditampilkan pada *Use Case Diagram* tersebut, maka Pemilik UMKM (UMKM Owner) memiliki akses untuk mengupdate profilnya, mengelola produk yang dimiliki, serta mengajukan bantuan atau laporan. Sementara itu Perangkat Desa memiliki akses untuk mengelola berita, mengadendakan pelatihan dan menindaklanjuti permohonan bantuan. Sementara itu, rancangan database (Entity Relationship Diagram) akan dijelaskan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Entity Relationship Diagram

Website inventaris UMKM Desa Labanasem telah dapat diakses melalui laman <https://umkm.labanasem.id/>, dengan tampilan utama seperti yang disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan awal pengguna

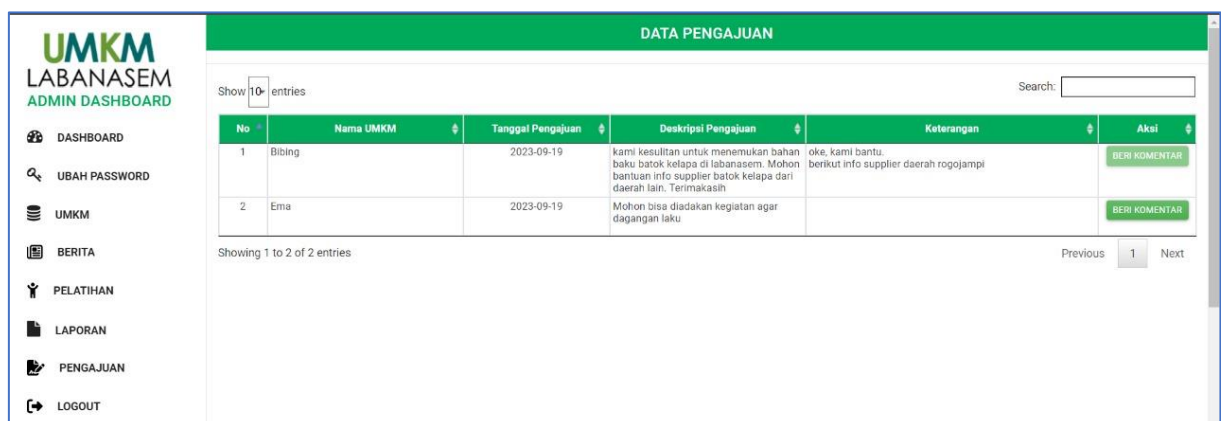
Saat pertama kali diakses, halaman tersebut akan menampilkan keseluruhan produk UMKM yang ada di desa labanasem. Akan tetapi pengunjung web dapat memilih sesuai dengan empat kategori usaha UMKM yang ada, yaitu: jasa, kuliner, kerajinan, dan fashion. Apabila diklik berdasarkan kategori yang ada, maka produk yang ditampilkan akan otomatis di filter berdasarkan kategori yang dipilih. Untuk pemilik UMKM yang ingin mendaftarkan akun dapat mengklik menu Registrasi.

Pemilik UMKM yang telah terdaftar pada sistem dapat mengajukan permohonan bantuan kepada Desa melalui platform ini. Perangkat Desa juga dapat melihat pengajuan yang telah dilakukan dan memberikan respon atau tindak lanjut. Respon yang diberikan Perangkat Desa untuk pengajuan yang dilakukan juga dapat tampil pada halaman Pemilik UMKM. Tampilan fitur pengajuan laporan oleh Pemilik UMKM dan pemberian respon oleh Perangkat Desa akan disajikan pada Gambar 4 dan 5.



Pelaporan / Pengajuan					
History Pelaporan / Pengajuan					
no	Judul	Kategori	Tanggal	Status	Keterangan
1	Judul	kerajinan	2023-09-04	REQUEST	
2	Permohonan Bantuan Bahan Baku	pengajuan	2023-09-19	REQUEST	oke, kami bantu. berikut info supplier daerah rogojampi
3	Permohonan kegiatan	pengajuan	2023-09-19	REQUEST	

Gambar 4. Halaman pengajuan dan pelaporan Pemilik UMKM



DATA PENGAJUAN					
No	Nama UMKM	Tanggal Pengajuan	Deskripsi Pengajuan	Keterangan	Aksi
1	Bibing	2023-09-19	kami kesulitan untuk menemukan bahan baku batok kelapa di labanasem. Mohon bantuan info supplier batok kelapa dari daerah lain. Terimakasih	oke, kami bantu. berikut info supplier daerah rogojampi	BERI KOMENTAR
2	Ema	2023-09-19	Mohon bisa diadakan kegiatan agar dagangan laku		BERI KOMENTAR

Gambar 5. Halaman daftar pengajuan dan pemberian komentar halaman Perangkat Desa

Website inventaris UMKM Desa Labanasem telah disosialisasikan ke perangkat desa pada tanggal 20 September 2023. Dari hasil sosialisasi tersebut, terdapat fitur tambahan berupa pemesanan yang diharapkan oleh Perangkat Desa dapat ditambahkan saat melihat detail produk. Terlebih Perangkat Desa menginginkan ada notifikasi melalui WA apabila ada pesanan yang masuk. Tambahan fitur tersebut akan disajikan pada Gambar 6.

The image shows two screenshots of a web application. The left screenshot displays a product page for 'PRODUK 4' priced at Rp300.000. It includes a description of Lorem Ipsum, a 'Harga Grosir' section with 'Pre Order' and 'Sale' options, and a 'Buat Pesanan' button. The right screenshot shows the 'UMKM LABANASEM' registration form, which includes fields for 'Nama Pelanggan', 'Tanggal Pesanan', 'Alamat Pengiriman', and a 'Registrasi UMKM' button.

Gambar 6. Form pemesanan produk

Kegiatan berikutnya ialah sosialisasi dan pelatihan terkait *digital marketing*. Sejumlah dua puluh pelaku UMKM yang berada di Kawasan desa Labanasem turut hadir dalam kegiatan tersebut. Sesi ini berisikan pengenalan mengenai kondisi masing-masing UMKM dan juga pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk melakukan *digital marketing*. Mayoritas pelaku UMKM yang hadir memanfaatkan hanya media *story whatsapp* sebagai sarana untuk mempromosikan produknya. Sementara itu, beberapa pelaku usaha muda dengan kisaran usia 18-25 tahun telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Oleh karena itu, pada sesi ini peserta diperkenalkan untuk memanfaatkan fitur bisnis yang tersedia pada media sosial khususnya Instagram sesuai dengan jenis usaha yang digeluti. Pelatihan ini memberikan pandangan baru pada pelaku usaha terkait pengoptimalisasian media sosial sebagai sarana dalam melakukan pengenalan produk kepada target pasar yang lebih luas.



Gambar 7. Suasana sosialisasi dan pelatihan *digital marketing*

KESIMPULAN DAN SARAN

Website Inventarisasi UMKM merupakan sebuah solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan manajemen UMKM di Desa Labanasem. Dalam perencanaannya, tim pengabdian melakukan wawancara kepada Perangkat Desa untuk menggali kebutuhan dan fitur apa saja yang diinginkan. Berdasarkan hasil analisis

kebutuhan, tim membuat rancangan website dalam bentuk use case diagram dan Entity Relationship Diagram. Setelah selesai pengkodean, tim melakukan sosialisasi dan pelatihan website yang telah dibuat kepada perangkat desa untuk mendapatkan feedback dari Perangkat Desa sebagai salah satu pengguna. Tambahan fitur berupa form pemesanan dan notifikasi apabila ada pesanan diharapkan oleh Perangkat Desa dan telah selesai ditambahkan oleh Tim Pengabdian. Secara garis besar, perangkat desa menilai website ini sangat bermanfaat dan membantu perangkat desa dalam melakukan pengelolaan UMKM yang ada di Desa Labanasem.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami haturkan pada institusi Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah banyak memberikan dukungan baik secara moril dan material. Sumber Pendanaan dalam pengabdian kepada masyarakat ini diperoleh dari DIPA Politeknik Negeri Banyuwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- Josiah, T., Saleh, K., & Yamin, Y. (2023). Pengenalan dan Pelatihan E-Commerce Sebagai Media Pengembangan Bisnis Bagi Kelompok Wanita Tani—Komunitas Ayo Menanam Indonesia (KWT-KAMI) Bandar Lampung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1328–1337. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3163>
- Kristiyanti, M. (2018). Sistem Informasi Berbasis Web Produk Unggulan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK (SENDI_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat*, 978–979.
- Noerchoidah, N., & Nurdina, N. (2022). Media Website Sebagai Solusi Promosi Penjualan Pada Umkm. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v2i1.5212>
- Pangarso, A., Hasanah, Y. N., Widodo, A., Widaningsih, S., Handayani, R., & Mandasari, R. I. M. (2023). Pemanfaatan Platform Digital Delivery Dkampus Pada Komunitas UMKM F&B Footy Bandung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1031–1042.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112.
- Sagirani, T., & Diradinata, M. E. (2017). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM MENINGKATKAN LAYANAN PADA PELANGGAN. *Jurnal Komunikasi*, 1.

- Sanjaya, Y. C., Dewi, S., Bagaskoro, F. T., Situmorang, A. M., Bryanto, R. D., & Christinauli, C. (2022). Sistem Informasi Berbasis Web Sebagai Media Pemasaran UMKM di Desa Ngrimbi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 62–67.
- Sholeh, M., Studi Informatika, P., Teknologi Industri, F., Studi Rekayasa Sistem Komputer, P., Sains Terapan Institut Sains, F., & AKPRIND Yogyakarta, T. (2021). Membangun Sistem Informasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Berbasis Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Di Desa Negla Kecamatan Losari Kabupaten Brebes. *Jurnal SCRIPT*, 9(2), 184–192.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.