

Pembangunan Dan Pelatihan Website Toko Online Untuk Mendukung Pemasaran Dan Promosi Umkm Yogyakarta

Y Priadi Wibisono¹, D Yudistya Wardhana²

^{1,2}Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl Babarsari no 44 Sleman Yogyakarta

E-mail : priadi.wibisono@uajy.ac.id ¹, yudistya.wardhana@uajy.ac.id ²

ABSTRAK

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta terus mengalami peningkatan setiap tahun. Data statistik Bappeda DIY menunjukkan peningkatan jumlah UMKM di Yogyakarta dari tahun ke tahun mulai tahun 2015 sebanyak 230.047 UMKM menjadi 262.560 pada tahun 2019. Di tengah berkembangnya UMKM di Yogyakarta yang menjanjikan ini, ternyata belum banyak pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran, dan promosi. Keterbatasan pengetahuan akan teknologi informasi dalam memanfaatkan website sebagai toko online inilah sehingga konsep pengabdian pada masyarakat ini disusun. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menasar UMKM dengan sampel beberapa mitra, yaitu UMKM Hobi Sulam kerajinan sulam Jatimulyo Baru, Rumi Batik di Resonegaran dan Kado Karikatur Yogyakarta. Kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu empat bulan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan kepada UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Teknologi informasi yang akan digunakan adalah sistem informasi website. Diharapkan dengan pemasaran dan promosi menggunakan media website sebagai toko online dapat meningkatkan daya saing dalam mempromosikan produk dan penjualan para pelaku UMKM.

Kata kunci : UMKM, website, promosi, teknologi informasi

ABSTRACT

The development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the Special Region of Yogyakarta continues to increase every year. DIY Bappeda statistical data shows an increase in the number of MSMEs in Yogyakarta from year to year starting in 2015 by 230,047 MSMEs to 262,560 in 2019. In the midst of the promising development of MSMEs in Yogyakarta, apparently there are not many MSMEs that utilize information technology as a means of marketing and promotion. The limited knowledge of information technology in utilizing the website as an online store is so that the concept of community service is arranged. This community service activity targets MSMEs with a sample of several partners, namely MSMEs, Hobbies, Embroidery, Jatimulyo Baru embroidery, Rumi Batik in Resonegaran and Gift Caricature in Yogyakarta. This activity is carried out within a period of four months. The purpose of this activity is to provide training to MSMEs so that they can utilize information technology to market and promote their products. The information technology that will be used is a website information system. It is expected that marketing and promotion using website media as an online store can increase competitiveness in promoting products and sales of SMEs.

Keyword : MSMEs, website, promotion, information technology

1. PENDAHULUAN

Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, budaya, pariwisata, dan kota kreatif. Banyak objek-objek wisata seperti wisata alam, sejarah, budaya, pendidikan, dan lain-lain yang terdapat di kota ini. Selain itu banyak juga industri-industri kreatif yang berkembang sebagai pelengkap wisata. Objek-objek wisata dan hasil industri kreatif berupa oleh-oleh tersebut menjadi magnet yang kuat bagi para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Tingginya wisatawan memicu bertumbuhnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data statistik Bappeda DIY menunjukkan peningkatan jumlah UMKM di Yogyakarta dari tahun ke tahun mulai tahun 2015 sebanyak 230.047 UMKM menjadi 262.560 pada tahun 2019. Selain karena jumlah objek wisata di Yogyakarta yang semakin bertambah, peningkatan ini juga didukung banyaknya industri kreatif tumbuh menyajikan berbagai variasi oleh-oleh khas jogja seperti souvenir, kerajinan sulam dan batik yang membuat masyarakat pada umumnya dan remaja pada khususnya semakin tertarik untuk berwisata.

Yogyakarta terkenal dengan kreatifitasnya. Salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta adalah Batik. Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang mulai mendunia, dan telah dipatenkan menjadi produk seni budaya Indonesia pada tahun 2009 oleh UNESCO. Selain batik, oleh-oleh hasil kreatifitas juga banyak berkembang sebagai industri rumah tangga seperti Sulam dan Karikatur. Industri kreatif ini merupakan suatu peluang usaha yang patut dilirik di tengah maraknya ide usaha dagang yang beragam. Ditambah lagi dengan Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, budaya, pariwisata dan kreatif membuat pasar dari penjualan produk-produk kreatif ini menjadi lebih luas dan terjangkau karena mayoritas

penggemar produk-produk ini adalah wisatawan domestik maupun internasional.

UMKM adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Anggraeni, Hardjanto, & Hayat, 2013). UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Peranan UMKM dapat dilihat dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% dan juga sangat besar jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada, sehingga memiliki bagian yang cukup signifikan dalam jumlah nilai ekspor total, yang mencapai 18,72% (Niode, 2009).

Sejak krisis moneter tahun 1997, pemulihan ekonomi nasional diselamatkan berkat peranan dari UMKM. UMKM berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja karena dapat menjadi salah satu alternatif penyediaan lapangan kerja baru. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menggunakan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Kelebihan UMKM di Indonesia adalah kemampuan menyerap tenaga kerja yang masih menganggur dalam jumlah banyak, selain itu UMKM mampu memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang potensial di suatu daerah yang belum diolah secara komersial (Kurniawan & Fauziah, 2014).

Perkembangan teknologi saat ini juga sudah semakin pesat. Masyarakat modern saat ini tidak lepas dari penggunaan Teknologi Informasi. Salah satunya teknologi internet yang semakin berkembang karena kemudahan akses

dan penggunaannya. Perkembangan Internet telah mengubah dunia terutama dalam praktik komunikasi menjadi lebih efektif (Petrovici, 2014). Website sebagai salah satu media alternatif yang bisa dilakukan oleh pengusaha, perorangan atau pemerintah dalam memberikan informasi atau promosi. Bagi banyak perusahaan, website menjadi saluran iklan utama untuk menjangkau pelanggan yang potensial (Koch & Benlian, 2015). Belum banyak pelaku bisnis UMKM yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana promosi dan informasi khususnya di bidang UMKM. Terbatasnya pengetahuan akan teknologi informasi inilah yang membuat pelaku bisnis hanya memakai teknologi informasi sebatas pada media sosial yang mereka gunakan dengan fasih. Media sosial tersebut antara lain Instagram, Twitter, Facebook, dan lain-Lain.

2. PERMASALAHAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas diatas, maka disusunlah konsep Pengabdian Masyarakat untuk memberikan solusi dalam bentuk promosi secara digital bagi UMKM selaku pelaku bisnis yaitu Rumi Batik, Hobi Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Yogyakarta. Pemilik usaha akan dibuatkan situs web sebagai sarana promosi sekaligus diberi pengetahuan dan pelatihan dalam mengadministrasi situs web tersebut untuk mempromosikan dagangannya. Dengan dibangunnya situs web diharapkan dapat membangun citra usaha dagang ini menjadi lebih terpercaya dan bonafit sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen sekaligus membantu pemilik dalam pemberian informasi kepada konsumen tentang produk yang dijual beserta harganya. Sebagai pihak akademis yang juga memiliki tugas untuk memberikan edukasi kepada masyarakat luas, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam hal ini Program Studi Sistem

Informasi mempunyai tanggung jawab untuk dapat mengedukasi masyarakat khususnya UMKM tentang promosi dengan menggunakan teknologi informasi.

3. METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang telah disebutkan diatas berupa pembangunan dan pelatihan situs website untuk mitra UMKM. Kegiatan ini diadakan untuk menjawab permasalahan pada aspek edukasi, ekonomi dan aspek budaya. Materi pelatihan mencakup:

- a) Pengetahuan tentang website
- b) Manfaat penggunaan website
- c) Cara promosi menggunakan website
- d) Bagaimana menggunakan website
- e) Bagaimana melakukan update informasi melalui website

Peran mitra di sini adalah sebagai peserta pelatihan, penyedia data yang dibutuhkan, serta sebagai pengguna output pengabdian berupa website. Peserta pelatihan ini adalah UMKM Rumi Batik, Hobi Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Yogyakarta (Imamgift.art). Pengumpulan data akan dilakukan dengan model observasi, wawancara dan diskusi. Kebutuhan data akan digunakan untuk membangun website agar sesuai dengan keinginan mitra UMKM. Setelah pembangunan website selesai, akan dilakukan pendampingan pelatihan agar mitra dapat menggunakan sistem secara mandiri.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi 3 tahapan yaitu tahap Persiapan, tahap Pelaksanaan, dan tahap Pelaporan. Rincian kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan dan Luaran Kegiatan

No	Kegiatan	Luaran
Tahap Persiapan		
1	Menyiapkan rencana kerja secara detail	Dokumen rencana kerja
2	Mempersiapkan materi untuk pengumpulan data	Dokumen materi informasi yang akan didapatkan dari mitra
3	Mempersiapkan materi-materi untuk pelatihan setelah website selesai dibangun	Materi penyuluhan
Tahap Pelaksanaan		
4	Membangun sistem Website	Sistem Website
5	Menyusun Katalog Produk	Katalog Produk
6	Melakukan uji coba sistem Website	Hasil uji coba sistem website
7	Memberikan pelatihan ke mitra tentang penggunaan sistem Website	Pengetahuan mengenai penggunaan sistem Website
Tahap Pelaporan		
8	Penyusunan laporan akhir	Laporan Pengabdian Masyarakat
9	Membuat Artikel publikasi	Artikel Publikasi

Pengembangan media pemasaran dan promosi menggunakan website untuk UMKM dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *prototyping*. Gambar 1 menerangkan model *prototype* menurut Roger S Pressman.



Gambar 1. Model *Prototype* Menurut Roger S Pressman (Sommerville, 2011)

Terdapat 3 tahap dalam pengembangan menggunakan Model *prototype* menurut Roger S Pressman, tahapannya adalah :

1. Mendengarkan Mitra UMKM

Pada tahap ini dilakukan observasi dan interview untuk mengumpulkan data serta kebutuhan dari para pelaku UMKM yang akan diimplementasikan pada website. Untuk membuat sistem sesuai dengan kebutuhan, maka harus diketahui terlebih dahulu, bagaimana proses bisnis yang sedang berjalan sehingga dapat diketahui masalah yang terjadi.

2. Membangun dan Membuat *Prototype*

Pada tahap ini dilakukan perancangan dan pembuatan *prototype* website. *Prototype* website yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan sistem yang telah didefinisikan sebelumnya dari hasil analisa kebutuhan dengan mitra UMKM

3. Uji Coba Sistem

Pada tahap ini *prototype* dari website diuji coba dan digunakan oleh mitra UMKM secara langsung. Kemudian dilakukan evaluasi apakah sudah sesuai dengan kebutuhan mitra UMKM atau belum. Dari masukkan yang diberikan, pengembangan serta perbaikan website kemudian kembali dilakukan untuk memperbaiki *prototype* website yang ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah UMKM di Yogyakarta. Mitra yang dipilih menjadi pelaksana kegiatan ada tiga, yaitu Rumi Batik, Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Jogja - Imamgift.art. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Pada tahapan persiapan yang dilakukan adalah menyiapkan rencana kerja secara detail, menggali kebutuhan data apa saja yang ingin ditampilkan dalam website yang akan dibuat, kemudian mempersiapkan materi-materi untuk pelatihan setelah website selesai dibangun. Pada saat Persiapan, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap ketiga UMKM, ditemukan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan produknya. Kondisi tersebut menjadikan tidak adanya peningkatan yang lebih baik terhadap kondisi penjualan yang selama ini digunakan. Hal itu tentunya juga memberikan dampak terhadap ketidakmampuan UMKM dalam memperluas media promosi dan pemasaran.

Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap Pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

- Pembangunan website toko online berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada pelanggan Rumi Batik, Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Jogja - Imamgift.art. dan sesuai dengan keinginan pemilik usaha Rumi Batik, Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Jogja - Imamgift.art.
- Penyusunan katalog produk dimulai dari foto produk, kategori produk, harga produk, dan sebagainya.
- Pengujian website toko online apakah sudah sesuai dengan kebutuhan UMKM.

- Pelatihan dalam mengoperasikan website toko online, meliputi: tahapan posting atau memperbaharui informasi hingga pengelolaan website. Hasil akhir yang didapat adalah UMKM dapat berperan sebagai admin dari website toko online pribadinya.

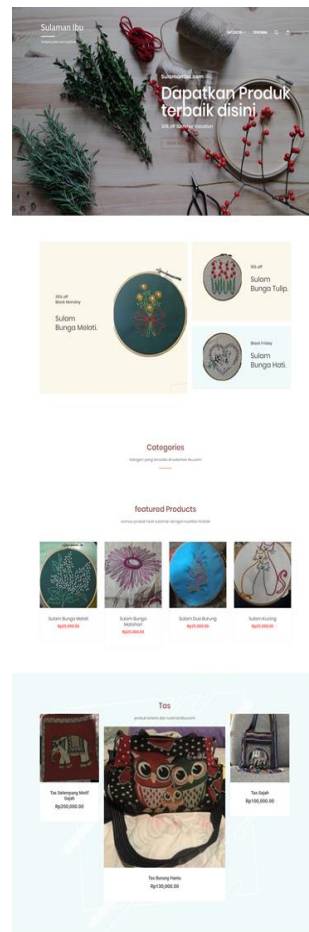
Pada tahap pelaksanaan, salah satu hal yang dilakukan adalah mengonlinekan website dengan alamat:

<https://sulamanibu.com>,

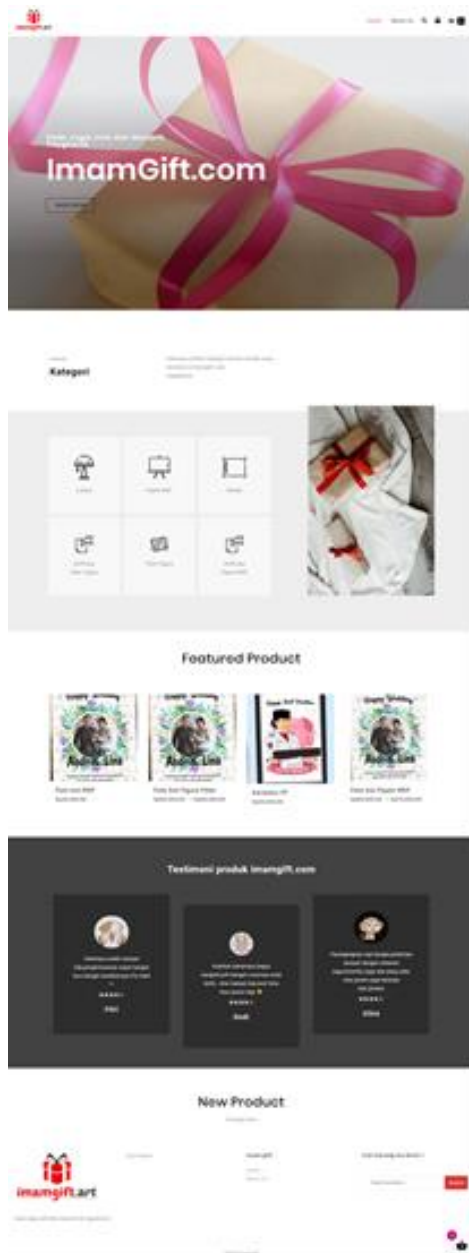
<https://imamgift.com>,

<https://rumibatik.com>.

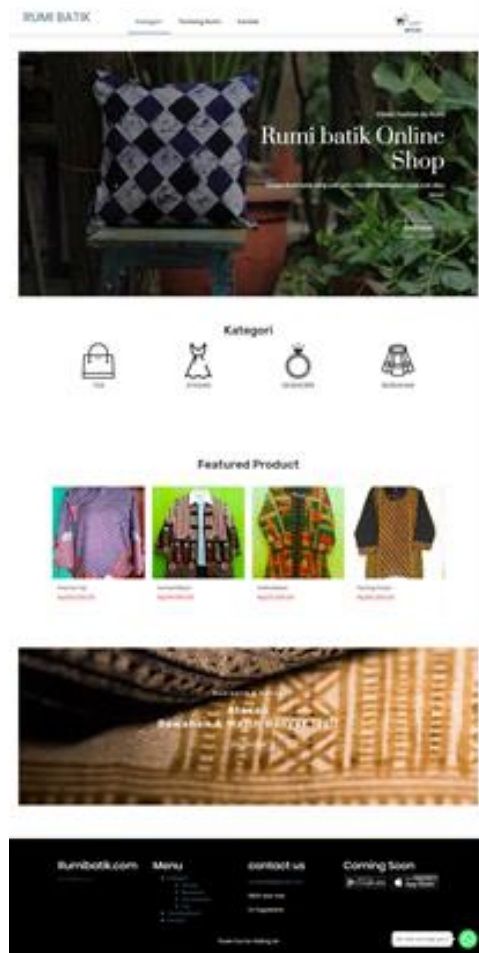
Semua informasi yang berkaitan dengan ketiga UMKM tersebut dimasukkan ke dalam konten profil website. Gambar 2 adalah tampilan website dari ketiga UMKM.



Gambar 2. Tampilan Halaman Utama Website sulamanibu.com

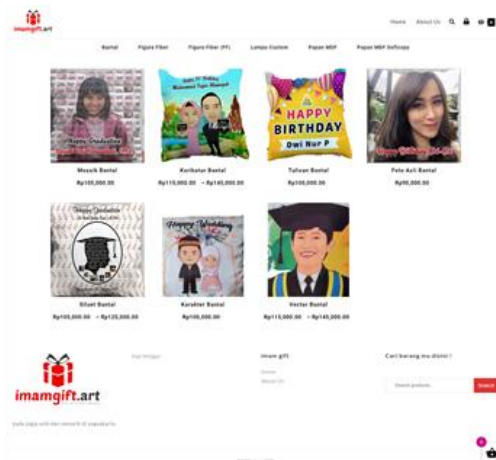


Gambar 3. Tampilan Halaman Utama Website imamgift.com



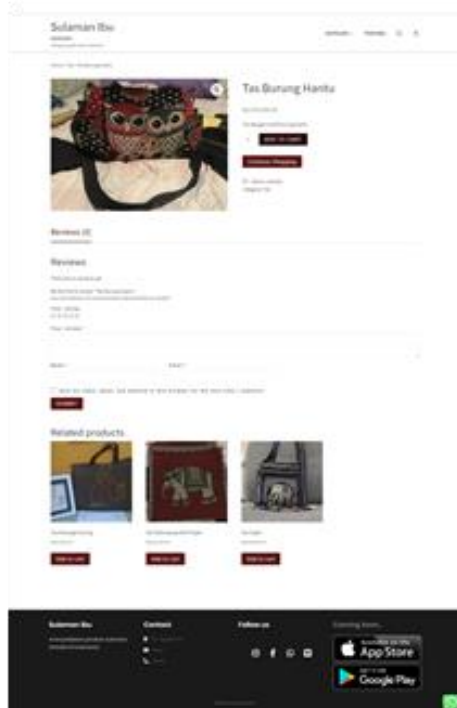
Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Website rumibatik.com

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, website ini merupakan toko online yang berisi katalog produk. Katalog produk dari UMKM ditampilkan seperti gambar 5. Semua unggahan produk disesuaikan berdasarkan kategori masing-masing sehingga mempermudah pengguna dalam mencari produk yang diinginkan.

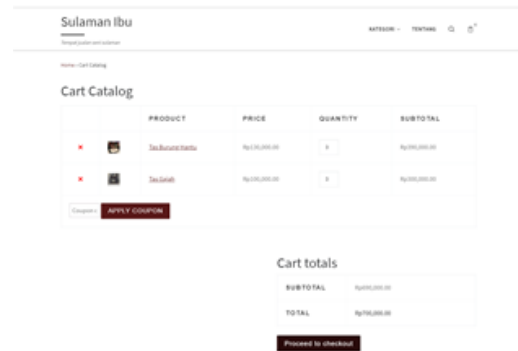


Gambar 5. Tampilan Halaman Katalog Produk Website imangift.com

Selain itu ada juga fasilitas transaksi secara online. Dimulai dari memilih produk yang ingin dibeli, melihat deskripsi produk, pemesanan produk, sampai pembayaran dapat dilakukan secara online. Hal ini bertujuan untuk mempermudah calon pembeli dalam melakukan transaksi dan juga mempermudah UMKM dalam mengelola produk yang dipesan oleh pembeli.



Gambar 6. Tampilan Halaman Deskripsi Produk Website sulamanibu.com



Gambar 7. Tampilan Halaman Daftar Pembelian Produk Website sulamanibu.com

Proses terakhir pelaksanaan pengabdian adalah dilakukan pelatihan mengoperasikan website toko online kepada mitra UMKM. Tahapan dari kegiatan ini adalah sejumlah anggota dan pengelola dilatih dan diberikan pendampingan bagaimana cara menggunakan dan mengelola website yang telah dibuat, serta sejumlah fitur yang ada di aplikasi tersebut diperkenalkan dan langsung dicoba. Pelatihannya meliputi: tahapan posting produk atau memperbaharui informasi hingga pengelolaan transaksi online. Selain itu peserta pelatihan juga diberikan pendampingan bagaimana memanfaatkan gadget untuk dapat mengakses sebuah website.



Gambar 8. Pelatihan Penggunaan website menggunakan gadget

5. KESIMPULAN

Pendampingan dalam pengembangan dan pengelolaan website untuk membantu pemasaran dan promosi secara digital kepada mitra UMKM telah berhasil dilakukan. Semua tahapan yang telah dijadikan sebagai acuan atau target, telah berhasil untuk dilaksanakan dan dikembangkan sesuai kebutuhan. Kegiatan telah dilaksanakan dan sesuai dengan tujuan awal, mulai dari *interview* dan observasi kebutuhan UMKM sampai pembuatan website sebagai media pemasaran dan promosi secara digital, serta pelatihan penggunaan website. Kegiatan pendampingan dilakukan sebagai sarana untuk mengetahui bahwa sejauh mana mitra UMKM dapat memanfaatkan website sebagai media pemasaran toko online, dan juga sejauh mana mereka dapat memperluas pasar dengan promosi secara online. Diharapkan dengan cara tersebut pelaku UMKM memiliki pengetahuan baru mengenai teknologi informasi khususnya dalam mengelola website toko online sebagai salah satu media pemasaran dan promosi. Diharapkan dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya website toko online, akan dapat menekan biaya pemasaran dan promosi yang biasanya menggunakan media promosi cetak, seperti: katalog, brosur, iklan majalah, iklan koran dan lain-lain yang membutuhkan biaya yang tinggi. Selain itu website toko online memiliki jangkauan yang luas untuk menjangkau calon pembeli. Diharapkan adanya website toko online akan membantu pengembangan pemasaran usaha dan dapat meningkatkan penjualan bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

- (UMKM). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286-1295.
- Dinas Pariwisata D.I.Yogyakarta. (2015). *Statistik Kepariwisataaan Yogyakarta*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata D.I. Yogyakarta. Diambil kembali dari http://bappeda.jogjaprov.go.id/data_taku/data_dasar/index/107-ukm?id_skpd=44
- Koch, O. F., & Benlian, A. (2015). Promotional Tactics for Online Viral Marketing Campaigns: How Scarcity and Personalization Affect Seed Stage Referrals. *Journal of Interactive Marketing*, 32, 37–52.
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 2(2), 103-220.
- Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM di Indonesia : Profil , Masalah, dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1-10.
- Petrovici, M. A. (2014). E-Public Relations: Impact and Efficiency. A Case Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 141, 79–84.
- Sommerville, I. (2011). *Software Engineering 9th Edition*. ISBN-10, 137035152, 18.