

Pemanfaatan *Website* UMKM Unggulan Desa Karangbendo Kabupaten Banyuwangi sebagai Sarana Penunjang Kegiatan Promosi

Indira Nuansa Ratri^{1*}, Arum Andary Ratri², Junaedi Adi Prasetyo³,

Rahmad Fahrurrozi⁴, Tresnarai Juniarizky Rentianto⁵

indira.nuansaratri@poliwangi.ac.id^{1*}, arumandaryratri@poliwangi.ac.id²,
junaedi.prasetyo@poliwangi.ac.id³, zfahrur150105@gmail.com⁴, tresnarai12@gmail.com⁵

^{1,2,4,5}Program Studi Bisnis Digital

³Program Studi Teknologi Rekayasa Komputer

^{1,2,3,4,5}Politeknik Negeri Banyuwangi

Received: 30 07 2024. Revised: 14 09 2024. Accepted: 18 09 2024

Abstract : Karangbendo Village is one of the villages in Banyuwangi whose income is based on Village Land, Self-Help Results, and Community Participation. The problems experienced by partners based on the results of the situation analysis that has been carried out include: Marketing of the Leading UMKM association is still traditional, minimal knowledge about strategies to increase brand awareness, and the absence of a profile of the Leading UMKM association for marketing activities. Based on several problems experienced, the service team proposed several solutions for partners, namely: creating a website for the Leading UMKM of Karangbendo Village and providing training for website content fillers collectively at five Leading UMKM of Karangbendo Village. To implement this solution, the service team carried out several methods, including: Implementation method for creating a website for the Leading UMKM association of Karangbendo Village, implementation method for making a video for the Leading UMKM association of Karangbendo Village, monitoring and evaluating activities, and partner participation in the implementation process. This series of activities resulted in an integrated website that can be accessed by all interested parties containing information about the leading UMKM of Karangbendo Village, be it products, locations or contacts that can be contacted which can later increase brand awareness for each leading UMKM.

Keywords : Website, UMKM, Marketing, Promotion.

Abstrak : Desa Karangbendo merupakan salah satu desa di Banyuwangi yang pendapatannya bertumpu pada Tanah Kas Desa, Hasil Swadaya, dan Partisipasi masyarakat. Permasalahan yang dialami oleh mitra berdasarkan hasil analisis situasi yang telah dilakukan antara lain: Pemasaran asosiasi UMKM Unggulan masih tradisional, minimnya pengetahuan tentang strategi peningkatan *brand awereness*, dan tidak adanya profil asosiasi UMKM Unggulan Desa untuk kegiatan pemasaran. Berdasarkan beberapa permasalahan yang dialami, tim pengabdian mengusulkan beberapa solusi untuk mitra yaitu: pembuatan *website* pada UMKM Unggulan Desa Karangbendo dan memberikan pelatihan pada pengisi konten *website* secara kolektif pada lima UMKM Unggulan Desa Karangbendo. Untuk menerapkan solusi tersebut, maka tim pengabdian melakukan beberapa metode antara lain: Metode pelaksanaan pembuatan *website* asosiasi UMKM Unggulan Desa

Karangbendo, metode pelaksanaan pembuatan video asosiasi UMKM Unggulan Desa Karangbendo, monitoring dan evaluasi kegiatan, serta partisipasi mitra dalam proses pelaksanaan. Rangkaian kegiatan ini menghasilkan *website* terintegrasi yang dapat diakses oleh seluruh pihak yang berkepentingan yang berisikan informasi tentang UMKM Unggulan Desa Karangbendo baik itu produk, lokasi maupun kontak yang dapat dihubungi yang nantinya dapat meningkatkan *brand awareness* pada masing-masing UMKM Unggulan.

Kata kunci : *Website*, UMKM, Pemasaran, Promosi.

ANALISIS SITUASI

Desa Karangbendo merupakan salah satu desa yang terletak di Wilayah Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi. Desa Karangbendo membawahi diantaranya lima dusun antara lain yaitu Dusun Bades, Dusun Jajangsurat, Dusun Karanganyar, Dusun Krajan, dan Dusun Pancoran. Data yang didapatkan dari RPJMDes (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa) Karangbendo didapatkan bahwa saat ini kondisi perekonomian Desa Karangbendo secara umum pendapatan masyarakat berasal dari sektor pertanian, peternakan, perkebunan kelautan dan perdagangan. Sedangkan pendapatan Desa hanya bertumpu pada Tanah Kas Desa, Hasil Swadaya, dan Partisipasi masyarakat. Tingkat perekonomian di Desa Karangbendo juga masih tergolong secara mayoritas berada pada posisi skala menengah ke bawah yang rata-rata.



Gambar 1. Kantor Desa Karangbendo

Saat ini permasalahan utama yang kerap menjadi penghalang pertumbuhan perekonomian khususnya di Desa Karangbendo adalah rendahnya tingkat literasi di bidang teknologi khususnya pada beberapa UMKM sehingga sulit untuk melakukan pengembangan dan perluasan pasar. Selain itu, kurangnya wahana pembantu pemasaran dari pihak Pemerintah Kabupaten Banyuwangi untuk usaha kecil dan menengah serta kurangnya cakupan pangsa pasar yang dimiliki oleh UMKM Desa Karangbendo. UMKM Desa Karangbendo sendiri dari data yang didapatkan dari pihak Desa menyatakan bahwa baru saja terbentuk asosiasi UMKM demi meningkatkan dan lebih konsen pada perbaikan pada Desa Karangbendo dalam

memperbaiki khususnya pada sektor perekonomian. Asosiasi UMKM Unggulan Desa Karangbendo ini hanya terdiri dari UMKM yang berfokus pada sentra batik dan juga penghasil kerupuk yang terbilang cukup besar sehingga menjadi UMKM Unggulan yang keberadaanya harus terus eksis demi mempertahankan perputaran perekonomian khususnya pada Desa Karangbendo. Desa Karangbendo sendiri merupakan Desa yang aksesnya dilewati oleh banyak wisatawan mengingat aksesnya sangat dekat dengan Bandara Kabupaten Banyuwangi. Sehingga sangat disayangkan jika pengembangan melalui promosi yang masih minim bagi UMKM Unggulan Desa Karangbendo.

Berikut merupakan permasalahan mitra dari hasil analisis situasi yang telah dilakukan:

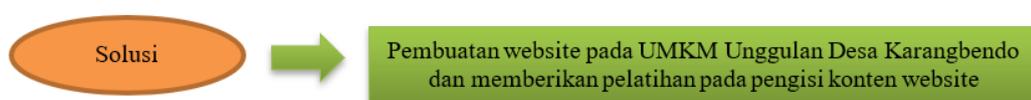


Gambar 2. Permasalahan Mitra

Dari gambar di atas, disimpulkan bahwa secara garis besar saat ini kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh para Asosiasi UMKM Unggulan Desa Karangbendo masih mengandalkan metode *word of mouth* sehingga pembeli yang dimiliki juga masih terbatas pada warga lokal dan belum banyak masyarakat secara luas yang mengetahui keberadaan UMKM unggulan desa karangbendo. Hasil diskusi yang telah dilakukan dengan ketua asosiasi UMKM Unggulan Desa Karangbendo didapatkan hasil bahwa mitra pengabdian sangat mendukung untuk diadakannya website profile untuk asosiasi UMKM Unggulan Desa Karangbendo, hal ini diharapkan mampu untuk meningkatkan kinerja pemasaran yang dilakukan oleh asosiasi UMKM tersebut selaras dengan riset yang telah dilakukan oleh Anzari, (2021) dan Alfian (2021).

SOLUSI DAN TARGET

Untuk mengatasi masalah yang ada di mitra, tim pengabdian mengusulkan solusi berikut.



Gambar 3. Solusi Untuk Permasalahan Mitra

Setelah tim pengabdian berdiskusi dengan tim dan mitra mengenai masalah yang ada saat ini, dapat disimpulkan bahwa solusi diatas dapat mengatasi masalah yang ada saat ini. Detail solusi dan target luaran pada setiap solusi yang telah dibuat kemudian dijabarkan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1: Tabel Solusi dan Target Luaran Setiap Solusi

Solusi	Detail Solusi	Target Luaran
Pembuatan website pada UMKM Unggulan Desa Karangbendo dan memberikan pelatihan pada pengisi konten <i>website</i>	Tim akan membuat sebuah sistem informasi berbasis web dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat darimana saja sehingga memudahkan masyarakat umum dalam mengetahui seluruh produk unggulan UMKM Desa Karangbendo. Serta memberikan pelatihan pada calon admin untuk dapat mengisi konten pada <i>website</i> nantinya.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem yang digunakan efektif dan efisien karena hasil langsung diolah oleh sistem,tanpa perlu mengolah lagi. • Admin website memiliki wawasan baru untuk mengisi konten pada website sebagai media promosi

Dari tabel 1 di atas, tim pengabdian melakukan implementasi melalui metode pelaksanaan yang telah disusun. Luaran yang ditargetkan akan menjadi acuan dalam pengerjaan *website* yang nantinya akan digunakan oleh seluruh pemangku kepentingan pada UMKM Unggulan Desa Karangbendo.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian dalam pembuatan website akan terbagi dalam 5 tahapan yang dapat dijabarkan seperti berikut (Rohman et al, 2023).



Gambar 4. Uraian Pelaksanaan Pembuatan *Website*

Evaluasi kegiatan dilakukan dalam 3 tahapan, yaitu ketika sebelum, proses dan dan setelah kegiatan yang dilakukan pada Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (Anzari et al, 2021).

Sebelum Kegiatan	Selama Kegiatan	Setelah Kegiatan
<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan kesanggupan dan kemampuan mitra dalam mengikuti kegiatan yang telah direncanakan dalam implementasi PKM. • Memastikan bahwa kerjasama tim PKM, Poliwangi, dan mitra berjalan dengan baik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan pemahaman mitra terhadap materi pelatihan dan memahami cara penggunaan/cara mengoperasikan sstem yang diimplementasikan. • Memastikan kemauan dan motivasi mitra untuk mengimplementasikan dan menggunakan sistem serta sustainability dalam mencapai hasil optimal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan kemampuan mitra dalam melanjutkan hasil transfer / alih teknologi sistem apikasi yang sudah diberikan. • Secara berkelanjutan akan diadakan pendampingan penggunaan aplikasi dan perawatan peralatan dengan mengevaluasi kendala yang dihadapi mitra selama penggunaan.

Gambar 5. Evaluasi Kegiatan PKM

HASIL DAN LUARAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat telah dilakukan secara komprehensif sesuai dengan metode yang telah dipaparkan sebelumnya. Kegiatan dimulai dari penggalian data.



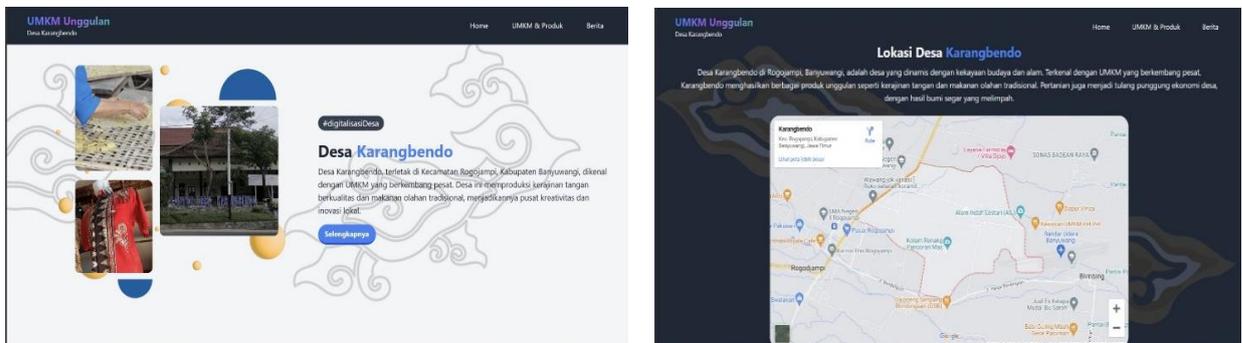
Gambar 6. Survei Mitra UMKM Unggulan

Setelah melakukan survei pada beberapa mitra, tim pengabdian melakukan pembuatan sistem website untuk UMKM Unggulan Desa Karangbendo. Tampilan website yang telah dibuat dan akan digunakan terlihat pada gambar berikut.



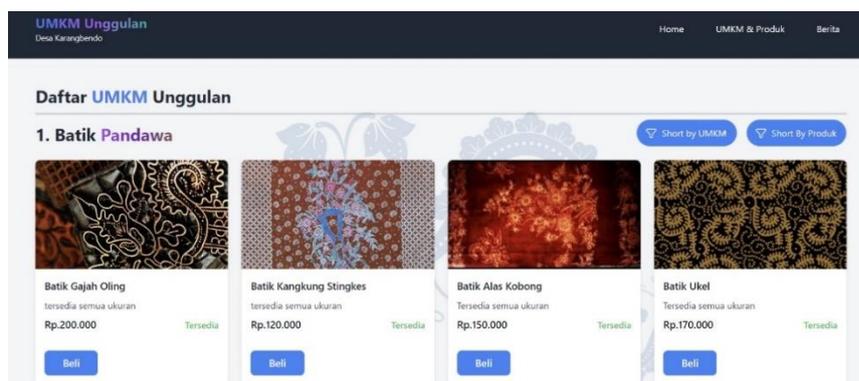
Gambar 7. Tampilan Beranda Website UMKM Unggulan Desa Karangbendo

Pada bagian ini ditampilkan juga dalam bentuk video interaktif untuk menggambarkan UMKM Unggulan Desa Karangbendo yang diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness*.



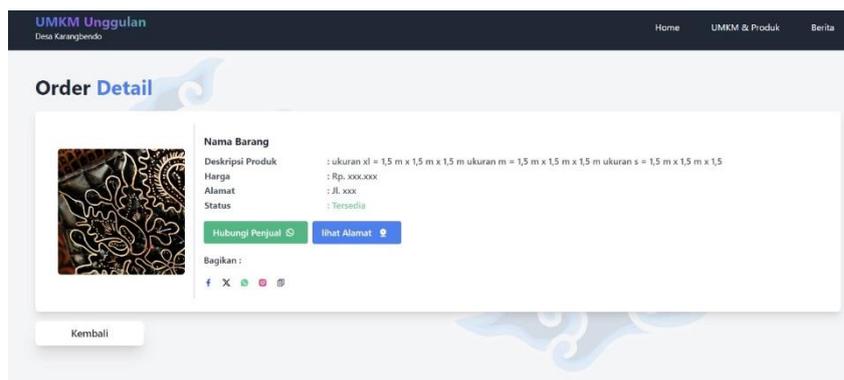
Gambar 8. Tampilan Profile Desa Karangbendo

Selain untuk meningkatkan potensi UMKM, pada website ini juga ditampilkan profil Desa Karangbendo sekaligus sebagai sarana untuk memperkenalkan potensi lain kepada masyarakat luas.



Gambar 9. Tampilan Daftar UMKM Unggulan Desa Karangbendo

Berikut merupakan salah satu gambaran pada UMKM Unggulan Desa Karangbendo. Pada masing-masing UMKM ditampilkan produk beserta harga yang tertera untuk memudahkan pelanggan dalam proses penarikan minat beli.



Gambar 10. Tampilan Detail Melakukan Pemesanan

Jika pada salah satu produk di klik akan muncul detail produk sebagai berikut. Saat ini proses jual beli pada website bisa dilakukan menggunakan social media yaitu WhatsApp serta pelanggan bisa datang langsung melalui alamat yang telah tertera dimana akan muncul jika pada button tersebut di klik.

Pada tahapan ini seluruh tim melakukan pemaparan langsung kepada mitra untuk pengisian konten website dan juga implementasi pada masing-masing mitra



Gambar 11. Proses Transfer *Knowledge*

Pada tahap ini seluruh pertanyaan dari mitra ditampung oleh seluruh tim dan juga diberikan pengarahan untuk memudahkan kedepannya dalam mengisi konten pada website yang telah disediakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dengan metode ini diharapkan dapat mendukung kemampuan teknologi yang dimiliki oleh para pemilik UMKM Unggulan Desa Karangbendo serta demi meningkatkan proses digitalisasi pada kegiatan marketing (Gunawan, 2021).

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya pada asosiasi UMKM Desa Karangbendo telah terlaksana dan mendulang manfaat yang bisa dirasakan oleh seluruh pemangku kepentingan. Saat ini implementasi telah dijalankan dan pihak Asosiasi terus

berkomitmen untuk meningkatkan data pada keseluruhan UMKM agar lebih banyak lagi yang melakukan proses digitalisasi melalui platform yang telah tim pengabdian menyiapkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfiyan, F. (2021). Pembuatan Video Profil Desa Wisata Untuk Sarana Publikasi Di Pokdarwis Gombengsari-Banyuwangi. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 2(2), 1-6. <https://doi.org/10.32736/abdimastek.v2i2.1254>
- Anzari, P. P., Wicaksono, L. H., Pratiwi, S. S., & Santi, D. (2021). Pembuatan Video Profil Sebagai Penguat Identitas dan Sarana Promosi di UKM Verte Bleue Spirulina Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 4(2), 161-167. <https://doi.org/10.31328/js.v4i2.2702>
- Gunawan, R., Malfiany, R., & Pane, H. Y. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus Dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 25-36. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.416>
- Julyantari, N. K. S., Purnama, I. G. A. V., Bagiarta, I. G. N. N., Pertama, P. P. G. P., & Liandana, M. (2021). Implementasi Website untuk Media Pemasaran Online dan Perbaikan Kemasan Produk. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 26-33. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v1i1.134>
- Rohman, A., Ayatullah, M. D., Ratri, I. N., Suardinata, I. W., & Prasetyo, J. (2023). Implementasi Aplikasi Tracer Study Berbasis Website Di SMK Ihya'Ulumudin. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(3), 876-888. <https://doi.org/10.29407/ja.v7i3.21213>