



Pembuatan Website Untuk Membantu Pemasaran Produk Batik Tulis Dan Ecoprint Pada Umkm Lemayung Di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar

Development Of A Website To Assist The Marketing Of Batik Written And Ecoprint Products To Lemayung MSMEs In KepanjenLor Village, Blitar City

Nurul Azmy¹, Arief Bachtiar², Kiky Asmara³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya
Korespondensi penulis : nurulzmy2212@gmail.com¹, ariefbachtiar@upnjatim.ac.id²,
kikiasmara.ep@upnjatim.ac.id³.

Article History:

Received: 10 Mei 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 14 Juli 2023

Keywords: Website, MSMEs, Marketing, Assistance

Abstract: MSMEs or Micro, Small and Medium Enterprises are businesses owned by persons or legal entities that meet the requirements to be classified as a business. Lemayung is an MSME that sells various kinds of batik products and ecoprints located in KepanjenLor Village, Blitar City. In this community service activity, there is a work program that focuses on utilizing digital marketing. One of the aspects emphasized in this work program is the creation of a website for Lemayung SMEs. It is hoped that this can expand market reach and increase sales of Lemayung MSMEs.

Abstrak

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan usaha yang dimiliki oleh orang atau badan hukum yang memenuhi syarat untuk dapat digolongkan sebagai usaha. Lemayung merupakan UMKM yang menjual berbagai macam produk batik serta ecoprint yang berada di Kelurahan KepanjenLor Kota Blitar. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, terdapat program kerja yang fokus pada pemanfaatan digital marketing. Salah satu aspek yang ditekankan dalam program kerja ini adalah pembuatan website untuk UMKM Lemayung. Diharapkan dengan ini bisa memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan UMKM Lemayung.

Kata Kunci: Website, UMKM, Pemasaran, Pendampingan

* Nurul Azmy, nurulzmy2212@gmail.com

PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha yang dapat diklasifikasikan berdasarkan persyaratan yang harus dipenuhi. UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, baik itu dimiliki oleh individu maupun badan usaha, diberbagai sektor ekonomi. Menurut Tambunan (2020) dalam Halim (2020). Pengertian UMKM diatur oleh UU Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Sesuai dengan peraturan tersebut, UMKM diklasifikasikan sebagai UMKM. Klasifikasi UMKM dilakukan dengan membatasi omset tahunan, nilai aset, dan jumlah karyawan.

Lemayung merupakan UMKM yang menjual ecoprint dan batik yang berada di Kelurahan KepanjenLor Kota Blitar. UMKM Lemayung selama ini hanya menggunakan cara manual dan WhatsApp untuk menjual produknya. WhatsApp digunakan sebagai sarana untuk mengirimkan gambar produk dan informasi lainnya. Namun, Bu Nina selaku pemilik Lemayung merasa kesulitan untuk mengirimkan foto katalog produk secara satu per satu, sehingga diperlukan media pemasaran yang memungkinkan calon pembeli untuk dengan mudah melihat katalog produk. Untuk memudahkan pelanggan melihat katalog produk serta melakukan pemasaran yang lebih luas, maka dari itu pembuatan web menjadi salah satu alternatif bagi UMKM Lemayung.

Website merupakan sebuah aplikasi yang berisi berbagai dokumen multimedia seperti gambar, video, teks, suara serta animasi. Website dapat diakses melalui protokol Hypertext Transfer Protocol (HTTP) menggunakan perangkat lunak yaitu browser. Website sering digunakan untuk mempromosikan bisnis, termasuk sebagai media komunikasi, pemasaran, informasi, dan pendidikan.

Pembuatan website untuk UMKM Lemayung di Kelurahan Kepanjenlor memiliki manfaat penting, yaitu meningkatkan kemampuan dalam mempromosikan produk batik tulis dan ecoprint. Dengan adanya website ini, diharapkan UMKM Lemayung dapat meningkatkan omset penjualan produk mereka.

METODE

Melalui program pendampingan pembuatan website dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan membantu proses pemasaran, dalam jangka panjang diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pemasaran UMKM Lemayung ini. Sedangkan metode yang digunakan yaitu berdiskusi dengan pemilik UMKM Lemayung untuk mengetahui tantangan yang dihadapi UMKM Lemayung dalam melakukan pemasaran.

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini melibatkan beberapa tahapan, antara lain observasi, pengumpulan data, pembuatan website, uji coba, dan pendampingan.

a. Observasi

Tahap awal yang dilakukan adalah observasi. Observasi merupakan proses yang melibatkan pengamatan, penelitian, dan pencermatan secara sistematis terhadap perilaku untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam tahap ini, dilakukan pengamatan terhadap kendala yang dihadapi oleh UMKM Lemayung. Dalam proses observasi ini, ditemukan kekurangan dan permasalahan yang memerlukan solusi.

b. Pengumpulan data

Pengumpulan data ini dilakukan untuk mendapat informasi yang akan diupload di halaman web.

c. Pembuatan website

Proses pembuatan website dilakukan dengan menggunakan SDLC

d. Uji coba

Setelah selesai membuat seluruh halaman website, tahap berikutnya adalah uji coba. Pada tahap ini, dilakukan konsultasi dengan pemilik UMKM, yaitu Ibu Nina. Jika terdapat kekurangan atau perlu dilakukan revisi, hal tersebut akan diperbaiki. Namun, jika semua informasi yang terkait dengan UMKM Lemayung sudah tepat, maka dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya.

e. Pendampingan

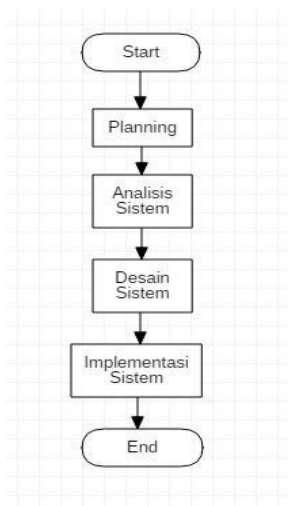
Pendampingan dilakukan kepada UMKM Lemayung untuk membantu mereka dalam mengelola profil usaha yang ada di website. Tujuannya adalah agar informasi yang terdapat di website dapat diperbarui secara berkala.



Gambar 1. Pendampingan pembuatan website Lemayung bersama Bu Nina selaku pemilik UMKM Lemayung

- **Pembuatan Website**

Pembuatan website profil UMKM Lemayung ini mengikuti metode SDLC (systems development life cycle). Tahap yang dilakukan dalam pembuatan website profil UMKM Lemayung adalah seperti di bawah ini:



Gambar 2. Flowchart SDLC

1. Planning

Proses pembuatan website profil dimulai dengan tahap perencanaan (planning), yang melibatkan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara di UMKM Lemayung.

2. Analisis System

Setelah data terkumpul, dilakukan analisis sistem untuk mengidentifikasi kebutuhan yang harus dipenuhi sebelum membuat web profil UMKM Lemayung.

3. Desain Sistem

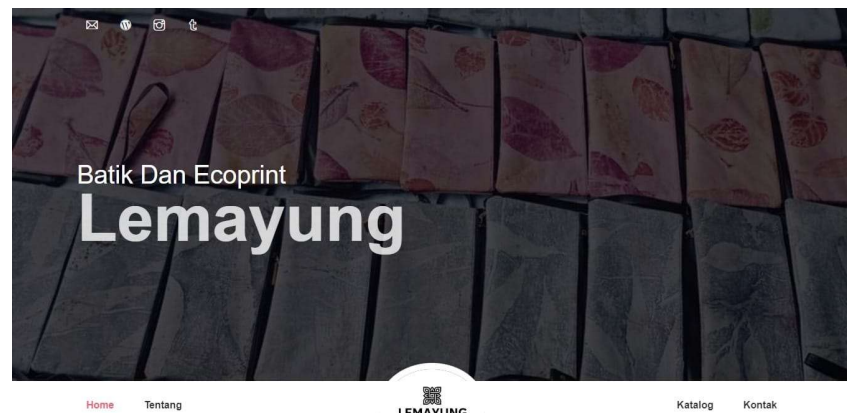
Setelah analisis sistem dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan proses desain sistem. Desain sistem merupakan tahap di mana dijelaskan bagaimana alur proses sistem dalam membuat web profil Lemayung.

HASIL

Pada program pengabdian masyarakat, pendampingan pembuatan web dilakukan untuk membantu proses pemasaran produk batik dan ecoprint di UMKM Lemayung. Tujuan dari pendampingan ini adalah menghasilkan sebuah website yang berisi tentang informasi produk, berikut adalah rincian website yang akan dibuat:

1. Halaman Utama

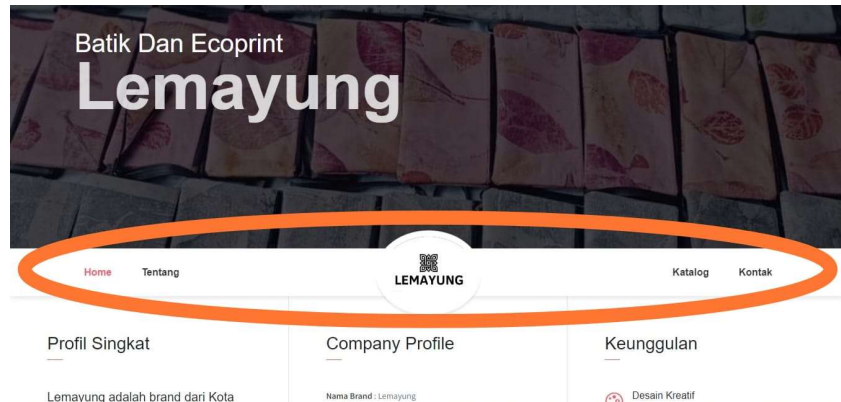
Halaman utama ini berfungsi sebagai tampilan home dari website profile dan juga menunjukkan informasi dari UMKM Lemayung.



Gambar 3. Halaman utama website Lemayung

2. Tab menu pada website Lemayung

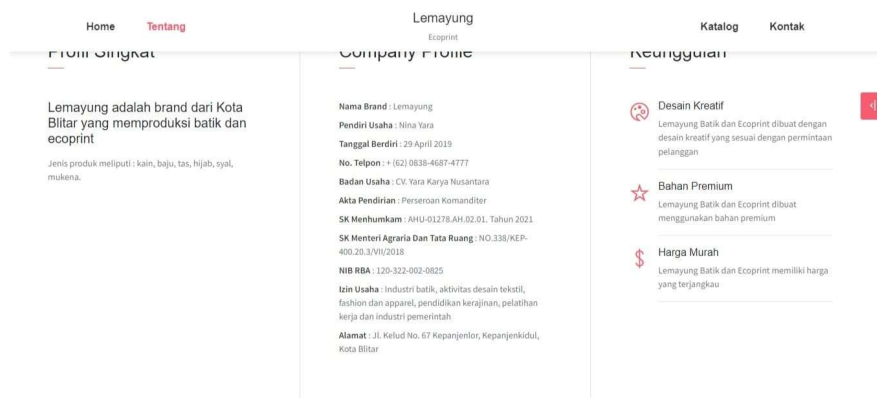
Terdapat menu homepage pada navbar yang akan menampilkan home page website, halaman tentang, halaman katalog, dan halaman kontak.



Gambar 4. Halaman menu pada website Lemayung

3. Menu halaman tentang

Halaman ini digunakan untuk menampilkan bagian "Tentang" dari website profile serta menunjukkan informasi penting dari UMKM Lemayung, termasuk profil singkat, company profile serta keunggulan produk dari UMKM Lemayung.



Gambar 5. Halaman tentang website Lemayung

4. Menu halaman katalog

Halaman Katalog ini berfungsi sebagai sumber informasi mengenai produk-produk yang diproduksi oleh UMKM Lemayung. Ketika pengunjung mengarahkan cursor pada salah satu produk, mereka dapat melihat nama dan detail lengkap mengenai produk tersebut.



Gambar 6. Halaman katalog pada website Lemayung

5. Menu kontak

Pengunjung dapat menghubungi informasi kontak pada menu ini ketika ingin melakukan pemesanan atau meminta informasi lebih lanjut dan detail kepada penjual.



Gambar 7. Halaman kontak pada website Lemayung

DISKUSI

UMKM Lemayung mengalami kendala dalam memasarkan produknya. Saat ini, promosi hanya dilakukan secara manual melalui mulut ke mulut atau melalui telepon. Metode ini kurang efektif. UMKM Lemayung akan lebih mudah mengiklankan produknya dengan memanfaatkan media elektronik seperti website.

Mengacu pada permasalahan di atas, saat ini penting untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai solusi untuk meningkatkan pelayanan UMKM Lemayung kepada calon pembeli. Media internet dapat digunakan sebagai strategi pemasaran oleh UMKM Lemayung. Terdapat program kerja yang mencakup pembuatan sebuah website pada kegiatan pengabdian masyarakat ini. Website seperti yang menawarkan profil UMKM yang memiliki berbagai keuntungan seperti akses cepat dimana saja dan kapan saja digunakan untuk mengatasi permasalahan komunikasi tersebut di atas. Selain itu, website ini berfungsi sebagai alat promosi dan tempat bagi siapa saja untuk melihat contoh model produk yang dapat dipesan oleh pembeli.

KESIMPULAN

Website Lemayung berisi katalog sebagai sarana promosi produk – produk Lemayung. Pelanggan dapat memilih jenis produk yang mereka inginkan pada website ini, dan kemudian mereka dapat melakukan pemesanan dengan menghubungi kontak pada halaman kontak yang ada di web tersebut. Program kerja pada kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pembuatan web, web dibuat sesuai dengan kebutuhan UMKM Lemayung, lalu secara resmi diserahkan kepada pemilik UMKM Lemayung. Melalui program ini, diharapkan dapat membantu promosi produk serta meningkatkan omset Lemayung.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis berterimakasih kepada seluruh dosen pembimbing KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur, PIC KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur, Anggota Kelompok KKN-T 26, Para perangkat Kelurahan KepanjenLor Kota Blitar serta warga setempat yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini sehingga dapat menyelesaikan program ini dengan baik. Dan kepada orang tua, keluarga penulis terimakasih atas dukungan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak kekurangannya. Penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi para pembaca.

DAFTAR REFERENSI

- Bukit, F. R. A., AS, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229-236. [10.30595/jppm.v3i2.4317](https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317)
- Darnis, F., & Azdy, R. A. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *SINDIMAS*, 1(1), 275-278. <http://dx.doi.org/10.30700/sm.v1i1.584>
- Haryono, S. (2018). Pengaruh penggunaan website terhadap penjualan produk pengusaha UMKM pada asosiasi industri kreatif Depok. *Sosio e-kons*, 10(1), 39-46. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2324>
- Rokhmah, S., & Muslihah, I. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Website Untuk Membantu Pemasaran UMKM Terdampak Covid-19 Pada Al Ihsan Store. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 194-202. <http://dx.doi.org/10.29040/budimas.v3i1.2261>