

Sosialisasi Pembuatan Website untuk Pemasaran UMKM Batik di Desa Kencong

Lutfi Diah Mufida

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

lutfidiah11@gmail.com

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilakukan selama 38 hari di Desa Kencong, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember. Terdapat UMKM batik yang sudah lama berdiri namun penjualan batiknya hanya disekitar Jember. Adanya KKN ini, mengenalkan digitalisasi kepada pelaku UMKM agar jangkauan pemasarannya lebih luas. Sosialisasi dilaksanakan di balai desa Kencong dengan peserta pelaku UMKM batik. Selama sosialisasi terdapat sedikit kendala dikarenakan pelaku UMKM merupakan ibu-ibu yang sudah berumur. Namun hal tersebut tidak mematahkan semangat para peserta. Hasil dari kegiatan ini adalah UMKM batik tersebut telah mengetahui pentingnya pemasaran digital dan mendapatkan keterampilan membuat dan mengelola website.

Kata Kunci: Website, UMKM, Digitalisasi.

ABSTRACT

Kuliah Kerja Nyata (KKN) was conducted for 38 days in Kencong Village, Kencong District, Jember Regency. There are batik UMKMs that have been around for a long time but only sell batik around Jember. The existence of this KKN introduces digitalization to MSME players so that their marketing reach is wider. The socialization was carried out at the Kencong village hall with participants participating in batik MSMEs. During the socialization there were a few obstacles because the UMKMs were elderly mothers. However, this did not discourage the participants. The result of this activity is that batik UMKMs know the importance of digital marketing and have gained skills in creating and managing websites.

Keywords: Website, UMKM, Digitalization.



Hal: 510-514

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kunci dalam memajukan perekonomian daerah apabila pengembangan UMKM dijalankan dengan baik. Namun, banyak umkm yang belum mampu bersaing dalam pasar global karena keterbatasan akses dan pemanfaatan teknologi informasi (Hamdani, 2020). Di Desa Kencong, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember terdapat UMKM batik yang sudah lama berjalan. Batik-batik tersebut hanya dipasarkan di sekitar Kencong dan pada acara-acara UMKM di Kota Jember. Perkembangan UMKM juga harus diikuti dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat sehingga dapat meningkatkan daya saing UMKM. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM adalah website sebagai media pemasaran karena lebih efektif dan efisien serta menjangkau konsumen dari berbagai daerah dan waktu yang lebih fleksibel. Sayangnya, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan website sebagai media pemasaran karena keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi khususnya pembuatan website.

Berdasarkan pada hal tersebut, kami melakukan sebuah pengabdian masyarakat di desa Kencong, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember dengan judul “Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk Batik UMKM Desa Kencong.” Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan serta pengetahuan mengenai website sebagai salah satu media pemasaran produk mereka. Dalam kegiatan ini, kami memberikan pemahaman mengenai pentingnya website serta tutorial pembuatan website yang sederhana. Selain itu, kami juga akan mempraktikan pembuatan website sehingga dapat diterapkan dan dipraktikan secara langsung.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta meningkatkan penjualan dan pemasaran batik. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi contoh bagi UMKM di daerah lain untuk memnafaatkan teknologi dalam meningkatkan

kualitas UMKMnya.

METODE PELAKSANAAN

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah di atas adalah dengan memberikan pelatihan pembuatan website kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini dilakukan untuk memperluas jangkauan konsumen serta mempermudah konsumen dalam membeli produk. Pembangunan website dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu :

a. Identifikasi masalah :

Masalah yang dihadapi oleh UMKM di desa Kencong adalah kurangnya pemanfaatan teknologi informasi sebagai media pemasaran produk emreka. Masalah ini kami identifikasi dan observasi di lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha UMKM batik sekar arum.

b. Perencanaan kegiatan

Setelah melakukan identifikasi masalah, kami melakukan perencanaan kegiatan yang meliputi penentuan tim pelaksana, perumusan tujuan dan sasaran kegiatan, penyusunan materi pelatihan, serta menentukan tempat dan waktu pelaksanaan.

c. Pelaksana kegiatan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan di balai desa Kencong dengan materi pelatihan yang meliputi pengenalan website, pembuatan website, pemilihan template website yang baik, penggunaan foto dan video yang ada dalam website, serta pembuatan konten yang menarik.

d. Evaluasi Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan selesai, dilakukan evaluasi kegiatan untuk mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan kegiatan dan dampak yang dihasilkan oleh kegiatan kepada peserta kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara dengan beberapa peserta.

e. Diseminasi hasil

Hasil dari kegiatan ini diseminasi melalui publikasi jurnal. Diharapkan dengan

diseminasi hasil kegiatan ini akan terjadi penyebaran informasi dan pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi informasi.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran yang efektif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi pembuatan website untuk pemasaran UMKM batik di desa Kencong berjalan lancar. Peserta sosialisasi terdiri dari 8 orang yang berasal dari pelaku UMKM batik yang ada di Desa Kencong. Peserta sangat antusias dan bersemangat dalam mengikuti kegiatan ini. Para peserta menaruh harapan besar untuk dapat memperoleh pengetahuan baru serta keterampilan dalam membuat website yang dapat digunakan dalam pemasaran produk UMKM mereka.

Kegiatan pelatihan ini memberikan materi mengenai pengenalan website, pembuatan website, serta manfaat website dalam memasarkan produk UMKM. Peserta pelatihan diberikan praktik langsung dalam membuat website. Kami memberikan bimbingan kepada peserta, sehingga mereka dapat memahami dengan baik dan mengerti konsep pembuatan website yang kami paparkan.

Namun, dalam kegiatan pelatihan ini terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh peserta, salah satunya adalah kesulitan memahami konsep website karena para peserta merupakan ibu-ibu yang sudah berumur. Kendala tersebut dapat diatasi dengan memberikan bimbingan positif dan menjelaskan dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh peserta.

Kegiatan ini dilakukan untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM mereka dengan memberikan kemudahan akses kepada para konsumen, baik di kota Jember maupun di luar kota Jember. Hal ini diharapkan dapat berdampak pada peningkatan penjualan dan pemasaran produk UMKM di desa Kencong sehingga dapat meningkatkan perekonomian

masyarakat setempat. Selain itu, peserta juga berkomitmen untuk terus melanjutkan operasional website dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi pembuatan website untuk UMKM di desa Kencong, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil memberikan manfaat dan dampak positif bagi masyarakat setempat terutama pelaku UMKM. Dari berbagai aspek seperti pengembangan usaha, kegiatan ini memberikan keterampilan dan pengetahuan mengenai pembuatan website dan promosi produk yang menarik. Besar harapan kami, bahwa kegiatan ini dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM di desa Kencong. Selain itu, website yang telah dibuat, diharapkan dapat dijalankan dengan baik sehingga produk batik dari desa Kencong dapat dikenal berbagai kalangan dari luar Jember dan diminati berbagai konsumen.

Aspek pengabdian masyarakat dari kegiatan ini adalah membantu meningkatkan kualitas dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengembangkan dan mempromosikan produknya serta meningkatkan penjualan mereka. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan wawasan mengenai website dan berbagai cara promosi melalui website agar dapat membuka lebih banyak peluang usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat berlanjut dan berkembang sehingga produk UMKM dapat terus ada dan semakin besar usahanya. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu contoh bagi kegiatan serupa di daerah lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Kencong, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember yang telah bersedia menerima peserta KKN sehingga penelitian dapat dilaksanakan sesuai harapan serta dosen pembimbing diluar penulis yang telah turut membimbing dalam penyusunan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, O. J., Kurniawati, D., Karimah, C. N., Abdurrahman, A., & Subagiyo, A. (2023). Inovasi Canting Cap Batik Sebagai Upaya Peningkatan Produksi Pada Wirausahawan Batik Disabilitas: Inovasi Canting Cap Batik Sebagai Upaya Peningkatan Produksi Pada Wirausahawan Batik Disabilitas. *Prawara Jurnal ABDIMAS*, 2(03 JULI), 99-105. <https://jurnalilmiah.id/index.php/abdimas/article/view/68>
- Ariyani, M., Surahman, A., Suaidah, S., & Wantoro, A. (2023). Implementasi Metode Aida dalam Pengembangan Website Sebagai Peningkatan Promosi Produk Makanan Umkm Puding Hayu. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 4(3), 250-261. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/2768>
- 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. <https://stmkpontianak.ac.id/ojs/index.php/sindimas/article/view/584>
- Djamereng, A., Hayati, L. N., Siruna, E., Fitriani, S., & Yulinda, N. K. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Berbasis Website untuk Pemasaran pada UMKM Kecamatan Parangloe Kabupaten Gowa. *Ilmu Komputer untuk Masyarakat*, 3(1), 26-33. http://103.133.36.110/index.php/ILKOM_AS/article/view/1218
- Hartono, U., Kistyanto, A., Fatoni, F., Isbanah, Y., & Arifah, I. D. C. (2022). Peningkatan Pangsa Pasar UMKM Batik Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Web. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 381-389. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2858142>
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://pkm.binamandiri.ac.id/index.php/jpmm/article/view/3>
- Hasan, H., Haliah, H., & Fahdal, M. A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 43-50. <https://penerbitgoodwood.com/index.php/jpm/article/view/1225>
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi Umkm Dan Literasi Keuangan Untuk Keberlanjutan Umkm Di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51-64. <http://www.jurnal.stieww.ac.id/index.php/jkb/article/view/504>
- Manongga, D., Rahardja, U., Sembiring, I., Lutfiani, N., & Yadila, A. B. (2022). Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan UMKM dengan Melakukan Implementasi Website Menggunakan Plugin Elementor Sebagai Media Promosi. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 44-53. <https://www.adijournal.org/index.php/adimas/article/view/810>
- Muhammad, B. L. S., & Utami, T. L. W. (2023, August). Penerapan pemasaran digital sebagai media promosi. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 501-508).
- Muqorobin, M., Prakoso, A. S., Saputra, R. A., Mubarrock, W., & Atasofia, A. R. (2024). Perancangan Sistem Informasi UMKM Berbasis Website Desa Manjung. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2). <https://www.jurnal.stieaas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/14746>

- Nirmala, B. P. W., & Paramitha, A. A. I. I. (2020). Digitalisasi desa dan potensi wisata di desa kerta, kabupaten gianyar menuju pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 350-355. <https://onlinejournal.unja.ac.id/JKAM/article/view/11273>
- Nisa'Febriyanti, C., Puspita, D., Badruzzaman, M. R., Al Fatar, M. F., & Ruba, M. G. (2023). Pembuatan Website Katalog Produk Kuliner Sebagai Media Promosi dan Pemasaran UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 582-588. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/784>
- Rahmadieni, R. Y., & Wahyuni, E. I. (2022). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan pemasaran berbasis teknologi pada UMKM Di Desa Bulusulur. *Jurnal Al Basirah*, 2(1), 17-26.
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 11(1), 49-61. <https://www.pascaumi.ac.id/index.php/tata/article/view/144>
- Rochmadi, T., Harahap, A. A., Ratnasari, A., & Wijaya, N. (2023). Pendampingan Pembuatan Website untuk Pemasaran Wisata dan UMKM Melalui Internet. *Darma Abdi Karya*, 2(1), 31-35. <https://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/darmaabdiarya/article/view/1362>
- Saputra, D., Iqbal, M., & Handayani, K. (2024). Desain dan Implementasi UMKM Go Digital Berbasis Website untuk UMKM Keluarga Khatulistiwa Pontianak. *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (Jinteks)*, 6(1), 90-97.
- Sasongko, D., Yuliawati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 68-73.
- Selamat, F., Mulyawan, B., & Tunjungsari, H. K. (2020). Peningkatan aktivitas pemasaran UMKM melalui pengembangan website D'real Potatoes di Jakarta. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 2(1), 17-25. <http://jscd.ipmi.ac.id/index.php/jscd/article/view/10>
- Setiawan, G. (2021). Rancang Bangun E-Marketplace Untuk Penerapan Web Responsive UMKM Kerajinan Khas Lampung. *Jurnal Edukasimu*, 1(1). <http://edukasimu.org/index.php/edukasimu/article/view/3>