

Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Karanglo Dengan Optimalisasi Website Desa

Vania Adella Margaretta¹, Siti Ning Farida²

Program Studi, Administrasi Bisnis UPN Veteran Surabaya, Jawa Timur, 60294

vaniaadella26@gmail.com, siti_farida.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Karanglo, Kabupaten Jombang, melalui optimalisasi platform website desa. Di era digital saat ini, pemasaran produk secara online menjadi salah satu strategi penting untuk memperluas akses pasar, terutama bagi UMKM di daerah pedesaan yang memiliki keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan website desa sebagai media promosi dan pemasaran, UMKM di Desa Karanglo diharapkan mampu meningkatkan eksposur produk, memperluas jangkauan konsumen, serta memperkuat posisi bersaing mereka dalam ekonomi lokal dan regional. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Analisis dilakukan untuk menilai efektivitas penggunaan website desa dalam memasarkan produk UMKM serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi selama proses implementasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi website desa berkontribusi signifikan terhadap peningkatan visibilitas produk UMKM, kemudahan akses informasi bagi konsumen, dan efisiensi pemasaran. Namun, tantangan seperti keterbatasan pengetahuan digital dan infrastruktur teknologi masih menjadi kendala yang perlu diatasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan website desa dapat menjadi salah satu solusi strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM, dengan syarat adanya dukungan pelatihan dan infrastruktur yang memadai. Rekomendasi dari penelitian ini mencakup peningkatan kapasitas digital bagi pelaku UMKM dan penguatan infrastruktur teknologi di tingkat desa.

Kata Kunci: UMKM, daya saing, website desa, pemasaran digital.



Hal: 121-130

ABSTRACT

This study aims to analyze the efforts to enhance the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Karanglo Village, Jombang Regency, through the optimization of the village website platform. In the digital era, online product marketing has become a crucial strategy to expand market access, especially for rural MSMEs with limited access to broader markets. By utilizing the village website as a promotional and marketing tool, MSMEs in Karanglo Village are expected to increase product exposure, expand consumer reach, and strengthen their competitive position in the local and regional economy. The research employs a qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observations, and literature reviews. The analysis assesses the effectiveness of the village website in marketing MSME products and identifies the challenges encountered during the implementation process. The results show that optimizing the village website significantly contributes to increasing product visibility, providing easy access to information for consumers, and improving marketing efficiency. However, challenges such as limited digital knowledge and technological infrastructure remain hurdles that need to be addressed. This study concludes that the utilization of the village website can be a strategic solution to enhance MSME competitiveness, provided that sufficient training and infrastructure support are available. The recommendations from this research include improving digital capacity for MSME actors and strengthening technological infrastructure.

Keywords: MSMEs, competitiveness, village website, digital marketing. at the village level.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan ekonomi lokal. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM, terutama di daerah pedesaan, adalah keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas. Banyak UMKM kesulitan dalam mempromosikan produknya di luar area lokal, mengingat keterbatasan sumber daya dan infrastruktur pemasaran yang konvensional.

Di era digital ini, teknologi internet memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Salah satu solusi yang dapat diadopsi adalah penggunaan website sebagai media promosi dan pemasaran produk secara online. Website desa dapat menjadi platform strategis bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka ke audiens yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional, dengan biaya yang relatif rendah.

Desa Karanglo, Kabupaten Jombang, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi UMKM yang cukup besar. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan karena keterbatasan strategi pemasaran. Optimalisasi platform website desa menawarkan peluang bagi UMKM di Karanglo untuk meningkatkan visibilitas produk mereka dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Website desa, jika dioptimalkan dengan baik, dapat berfungsi sebagai sarana promosi yang efektif, memfasilitasi interaksi antara produsen dan konsumen, serta membuka peluang untuk menjalin kemitraan bisnis yang lebih luas.

Kesempatan untuk mengembangkan sistem informasi di desa didukung oleh Undang- undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, yang memberikan panduan untuk mengoptimalkan daya desa secara mandiri sesuai kebutuhan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dan pelayanan masyarakat (Rusdianto & Firmansyah, 2022). Undang- undang ini juga bertujuan untuk mendorong partisipasi dan inisiatif masyarakat desa dalam kemaslahatan daya dan aset desa, untuk kemakmuran bersama dan meninggikan perekonomian desa serta mengurangi kepincangan asifikasi nasional. Meskipun demikian, masih sedikit desa yang mampu mengembangkan daya mereka karena kurangnya kreativitas sumber daya manusia di desa, yang merupakan dampak dari pendekatan pembangunan sentralistik di masa lalu yang mengakibatkan banyak daya desa terbengkalai dan tidak dimanfaatkan untuk kemakmuran masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana optimalisasi website desa dapat membantu meningkatkan daya saing UMKM di Desa Karanglo. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM diharapkan mampu beradaptasi dengan

perubahan tren pasar dan memanfaatkan peluang baru yang muncul di era ekonomi digital. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi kendala yang mungkin dihadapi dalam proses implementasi dan memberikan rekomendasi untuk mengatasi tantangan tersebut

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan mengenai strategi yang efektif untuk memberdayakan UMKM di desa- desa melalui platform digital, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis bagaimana optimalisasi platform website desa dapat meningkatkan daya saing UMKM di Desa Karanglo. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses, kendala, dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam menggunakan website desa sebagai media pemasaran. Tahapan dalam metode penelitian ini meliputi:

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Survei Lapangan Identifikasi Permasalahan Pendataan SDM Inventarisir fasilitas yg tersedia
2.	Tahap Persiapan	a. Persiapan Website untuk Desa Karanglo b. Sosialisasi program pengabdian
3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program pengabdian didampingi oleh Pembimbing dan Perangkat Desa Karanglo
4.	Implementasi	a. Sosialisasi program pada UMKM dan Perangkat Desa b. Pengisian Profil Usaha UMKM di Website Desa Karanglo
5.	Laporan	Penyusunan laporan

Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

a. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM di Desa Karanglo, pengelola website desa, dan pihak pemerintah desa yang terlibat dalam program pengembangan UMKM. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman pelaku UMKM dalam menggunakan website desa, manfaat yang dirasakan, serta tantangan yang dihadapi dalam proses optimalisasi.

b. Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap penggunaan website desa, bagaimana produk UMKM dipromosikan, serta interaksi antara pelaku UMKM dengan konsumen melalui platform tersebut. Observasi ini juga mencakup evaluasi terhadap fitur-fitur yang tersedia di website desa dan kemudahannya dalam mendukung aktivitas pemasaran.

c. Studi Dokumentasi

Data tambahan diperoleh melalui dokumentasi resmi dari pemerintah desa mengenai kebijakan terkait pengembangan UMKM dan laporan mengenai implementasi website desa. Selain itu, literatur terkait optimalisasi pemasaran digital untuk UMKM juga dikaji.

Analisis Data: Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Langkah-langkah analisis data meliputi:

a. Koding

Koding dilakukan untuk mengidentifikasi tema- tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan observasi, seperti manfaat website desa bagi pemasaran, tantangan teknis, serta peran pemerintah desa.

b. Klasifikasi Temuan

Setelah koding, data diklasifikasikan ke dalam kategori utama, termasuk efektivitas penggunaan website desa dalam meningkatkan daya saing, kendala teknis dan non-teknis, serta rekomendasi untuk optimalisasi.

c. Interpretasi

Data yang telah diklasifikasikan diinterpretasikan untuk memahami hubungan bantara pemanfaatan website desa dengan peningkatan daya saing UMKM. Peneliti juga membandingkan temuan ini dengan literatur dan penelitian sebelumnya mengenai pemasaran digital UMKM.

- c. **Validasi Data:** Validasi dilakukan melalui teknik triangulasi, dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa temuan penelitian memiliki tingkat keandalan dan akurasi yang tinggi.
- d. **Subjek Penelitian:** Subjek penelitian terdiri dari pelaku UMKM di Desa Karanglo yang telah menggunakan website desa sebagai platform pemasaran, pengelola website desa, dan aparatur pemerintah desa. Sampel subjek dipilih secara purposif, yaitu berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam implementasi dan penggunaan website desa untuk keperluan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan beberapa poin penting terkait upaya optimalisasi platform website desa dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Karanglo. Hasil penelitian ini disajikan dalam beberapa tema utama yang dianalisis dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Pemanfaatan Website Desa sebagai Media Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Desa Karanglo yang menggunakan website desa telah merasakan manfaat dalam hal peningkatan visibilitas produk. Website desa memungkinkan UMKM untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas di luar wilayah desa. Melalui halaman produk yang diunggah di website, UMKM dapat menampilkan deskripsi produk, harga, dan cara pemesanan secara mudah diakses oleh konsumen potensial.

Namun, meskipun platform website desa telah tersedia dan dimanfaatkan, masih terdapat keterbatasan dalam pengelolaannya. Beberapa UMKM mengaku bahwa mereka belum sepenuhnya memahami cara mengelola konten digital atau memanfaatkan fitur website secara optimal. Pelaku UMKM yang lebih muda cenderung lebih adaptif dalam menggunakan teknologi, sementara UMKM yang dikelola oleh orang yang lebih tua merasa kesulitan untuk beralih ke pemasaran digital.

b. Efektivitas Peningkatan Daya Saing Optimalisasi website desa ternyata berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam menghadapi kompetisi dari produk serupa di luar daerah. UMKM yang telah memanfaatkan website sebagai alat promosi cenderung memiliki akses ke pasar yang lebih luas dan dapat menarik pelanggan baru dari berbagai wilayah. Selain itu, penggunaan website juga membantu UMKM dalam menghadapi persaingan harga karena mereka bisa menawarkan keunggulan produk lokal yang lebih terjangkau melalui promosi langsung ke konsumen.

Dari perspektif pemasaran, website desa juga membantu UMKM dalam memposisikan produk mereka sebagai bagian dari *branding* desa, yang menambah nilai tambah di mata konsumen. Produk-produk yang dipasarkan melalui website desa juga mendapat kepercayaan lebih dari konsumen karena terintegrasi dengan institusi resmi, yaitu pemerintah desa.

c. Tantangan dalam Optimalisasi Website Desa

Meskipun ada beberapa manfaat yang jelas, penelitian ini mengidentifikasi sejumlah tantangan yang menghambat optimalisasi penuh website desa. Tantangan utama adalah keterbatasan pengetahuan digital dan keterampilan teknis para pelaku UMKM. Banyak pelaku UMKM yang masih belum familiar dengan pengelolaan konten digital, sehingga mereka cenderung bergantung pada pihak pengelola website desa untuk memperbarui informasi produk.

Selain itu, infrastruktur internet yang tidak merata di beberapa bagian Desa Karanglo juga menjadi kendala teknis yang signifikan. Koneksi internet yang lambat atau tidak stabil menghambat aksesibilitas website dan mengurangi efisiensi dalam memperbarui konten maupun berinteraksi dengan pelanggan.

Dari sisi pengelolaan website, tim pengelola website desa juga menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan pendanaan. Website desa dikelola oleh sejumlah kecil staf dengan anggaran terbatas, sehingga pengembangan dan pemeliharaan website belum berjalan secara optimal. Akibatnya, beberapa fitur yang sebenarnya dapat dimaksimalkan, seperti integrasi e-commerce atau pembayaran digital, belum sepenuhnya diimplementasikan.

d. Rekomendasi Optimalisasi

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, beberapa rekomendasi yang dapat diambil meliputi:

a. Pelatihan Digital untuk UMKM:

Pemerintah desa perlu mengadakan pelatihan intensif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan platform digital, termasuk cara mengelola konten di website desa dan memanfaatkan media sosial untuk mendukung pemasaran.

b. Pengembangan Infrastruktur Internet:

Perlu ada upaya peningkatan infrastruktur teknologi, khususnya konektivitas internet di desa, agar UMKM dapat mengakses dan memperbarui informasi dengan lebih mudah dan konsumen dapat mengunjungi website tanpa hambatan teknis.

c. Kolaborasi dengan Pihak Swasta:

Pemerintah desa dapat menjalin kemitraan dengan perusahaan teknologi atau penyedia layanan internet untuk membantu mengoptimalkan website desa, baik dari sisi teknis maupun finansial.

d. Diversifikasi Platform Pemasaran:

Selain website desa, UMKM juga dianjurkan untuk memanfaatkan platform digital lainnya, seperti media sosial dan marketplace, guna memperluas jangkauan pemasaran mereka dan mengurangi ketergantungan pada satu platform.

e. Pengaruh Website Desa terhadap Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Penelitian ini juga menemukan bahwa pemanfaatan website desa tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal secara keseluruhan. Dengan adanya platform digital ini, produk-produk lokal yang sebelumnya hanya dikenal di tingkat desa dapat diakses oleh konsumen dari luar daerah, sehingga meningkatkan pendapatan UMKM dan memperkuat perekonomian desa.

Website desa juga berfungsi sebagai etalase digital bagi desa itu sendiri, mempromosikan potensi pariwisata, budaya, dan produk-produk khas lokal. Hal ini membuka peluang bagi desa untuk meningkatkan daya tarik investasi serta kolaborasi dengan pihak eksternal yang berminat dalam pengembangan produk atau sektor lain di desa.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa optimalisasi platform website desa dapat berperan penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Karanglo. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa keberhasilan pemanfaatan website desa dalam meningkatkan daya saing UMKM sangat bergantung pada beberapa faktor penting, termasuk keterampilan digital pelaku UMKM, infrastruktur internet yang memadai, serta kapasitas pengelolaan website desa itu sendiri. Untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan dari penggunaan website desa sebagai platform pemasaran, rekomendasi yang diberikan meliputi peningkatan pelatihan keterampilan digital bagi pelaku UMKM, peningkatan infrastruktur internet di desa, serta dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa dan kolaborasi dengan pihak swasta. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun terdapat beberapa tantangan dalam implementasinya, website desa memiliki potensi besar untuk mengubah lanskap pemasaran UMKM di pedesaan, asalkan ada dukungan yang memadai dari semua pihak yang terlibat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu [Nama Pembimbing] selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang tiada henti selama proses penulisan karya ilmiah ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak website penerbit yang telah menyediakan platform untuk publikasi penelitian ini, serta kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur atas dukungan moral dan fasilitas yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan. Semoga semua bantuan dan dukungan ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, S. (2007). Makna Penyuluhan dan Transformasi Perilaku Manusia. *Jurnal Penyuluhan*, 3(1), 63–67. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v3i1.2152>
- Aniuranti, A., Tsani, M. H. N., & Wulandari, Y. (2021). Pelatihan penyusunan Ice Breaking untuk penguatan kompetensi calon guru. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 85–93. <https://doi.org/10.29408/ab.v2i1.3578>
- Anwar, M. R. (2019). Guru PAUD dan Kemampuan Public Speaking di Era MEA. *Jurnal Lonto Leok*, 2(1), 56–61. <http://unikastpaulus.ac.id/jurnal/index.php/jilpaud/article/view/338/227>
- Budaraga, I. K., & Devi, W. S. (2021). Pengabdian kepada Masyarakat Peningkatan Kualitas Usaha Keripik Talas Asyifa Oleh-oleh. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 172–180. <https://jurnal.fp.uns.ac.id/index.php/pengmas/article/view/1963>
- Harefa, A. (2007). *Agar Menulis-Mengarang Bisa Gampang* (4th ed.). Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=-DliaG-3C64C&dq>
- Ibiz Coach. (2018). Inilah Perbedaan Antara Mentoring, Consulting, Training, dan Coaching. <https://ibizcoach.com/perbedaan-mentoring- consulting-training-dan-coaching/>
- Kemendikbud. (2019). Neraca Pendidikan Daerah: Data Uji Kompetensi Guru. Kemendikbud. <https://npd.kemdikbud.go.id/?appid=ukg>
- Mallapiang, F., Kurniati, Y., Syahrir, S., Lagu, A. M. H., & Sadarang, R. A. I. (2020). Pengelolaan sampah dengan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) di wilayah pesisir Bulukumba Sulawesi Selatan. *Riau Journal of Empowerment*, 3(2), 79–86. <https://doi.org/10.31258/raje.3.2.79-86>

Jurnal Sinabis
Volume 1 Nomor 1 Februari 2025

- Nalhadi, A., Syarifudin, S., Habibi, F., Fatah, A., & Supriyadi, S. (2020). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga menjadi Pupuk Organik Cair. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 43–46.
<https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2134>
- Nurgesang, F. A., & Ridlwan, P. P. M. (2019). The Manufacturing of Banana Cutting Machine for Making Chips with Capacity of 35 kg/h to Improve Productivity of a Home Industry in Putat Village, Gunungkidul, Yogyakarta. Prosiding SNTTM XVIII, 1–7.
<http://prosiding.bkstm.org/prosiding/2019/TM11.pdf>
- Oktaviana, F., Hanidian, O., Aji, B. S., & Baihaqi, I. (2020). Pelayanan Administrasi Desa Berbasis Online di Desa Paremono. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 49–56. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v1i1.3205>
- Palenti, C. D. (2021). Peningkatan Keterampilan Komunikasi melalui Participatory Learning Pada kegiatan Pemberdayaan Masyarakat. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 87–98. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37074>
- Permana, E. P. (2021). Pengaruh Media Pembelajaran Wayang Kertas Terhadap Nilai Karakter Siswa Sekolah Dasar. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(2), 190–196. <https://doi.org/10.37478/jpm.v2i2.1028>
- Prastyan, R. D. N. (2019). Penguatan Pendidikan Karakter Anak SD Melalui Konsep Pembelajaran Berbasis Kesenian Budaya Daerah dan Permainan Tradisional di Kampoeng Dolanan Nusantara Borobudur Magelang. Seminar Nasional Pagelaran Pendidikan Dasar Nasional (PPDN), 1(1), 93–101.
<http://www.seminar.uad.ac.id/index.php/ppdn/article/view/1446>
- Yuwanita, E. (2016). Keefektifan Penggunaan Media Video Pembelajaran Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Dasar Teknologi Menjahit di SMK Negeri 3 Pacitan. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
<http://lib.unnes.ac.id/28353/1/5401411100.pdf>