

Pembuatan website untuk media promosi produk UMKM

Nur Faidati¹, Nur Fitri Mutmainah²,

^{1,2} Universitas Aisyiyah Yogyakarta - Jl. Ring Road Barat 63 Mlangi Nogotirto Gamping Sleman Kab. Sleman
55292 DI Yogyakarta

E-mail: nurfaidati@unisayogya.ac.id

Abstrak

Penyebaran virus corona covid-19 masih terus berjalan masif hingga saat ini. Kondisi tersebut cukup memberikan hantaman keras bagi perekonomian global. UMKM terpukul paling depan karena ketiadaan kegiatan di luar rumah oleh seluruh masyarakat, daya beli menurun serta munculnya banyak gejolak sosial sebagai dampak dari ketakutan masyarakat terhadap virus ini. , 70% UMKM menyatakan berhenti produksi akibat Covid-19. Bank Wakaf Mikro 'Usaha Mandiri Sakinah' merupakan lembaga yang membina dan memberdayakan UMKM perempuan di wilayah Nogotirto, Gamping, Sleman Yogyakarta. Komunitas ini terdiri dari 365 anggota pengusaha perempuan yang tersebar di Kecamatan Gamping. Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah menghadapi persoalan serius di era pandemi ini. Sebagian besar anggota komunitas terancam tidak bisa melanjutkan produksinya karena hambatan pasar. Perlu diupayakan satu media yang mewadahi promosi online dari produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yang dibina oleh Bank Wakaf Mikro yang dikelola sendiri oleh Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah. Media tersebut adalah website yang berisi produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yang dibina oleh Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah, sehingga dapat diakses semakin banyak khalayak.

Kata Kunci: UMKM; Pemasaran Digital; Covid-19

Abstract

The spread of the Covid-19 corona virus continues to run massively until now. This condition was enough to give a hard blow to the global economy. MSMEs were hit the hardest due to the absence of activities outside the home by the whole community, declining purchasing power and the emergence of many social upheavals as a result of people's fear of this virus. , 70% of MSMEs stated that they had stopped production due to Covid-19. Micro Waqf Bank 'Usaha Mandiri Sakinah' is an institution that fosters and empowers women MSMEs in the Nogotirto area, Gamping, Sleman Yogyakarta. This community consists of 365 members of women entrepreneurs spread across Gamping District. Sakinah Mandiri Micro Business Waqf Bank is facing serious problems in this pandemic era. Most members of the community are threatened with not being able to continue their production due to market constraints. It is necessary to strive for a media that accommodates online promotion of products produced by MSME players who are fostered by Micro Waqf Banks which are self-managed by Mandiri Sakinah Micro Business Waqf Banks. The media is a website that contains products produced by MSME actors fostered by the Mandiri Sakinah Micro Business Waqf Bank, so that it can be accessed by a wider audience.

Keywords: SMEs; Digital Marketing; Covid-19



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Penyebaran virus corona covid-19 masih terus berjalan masif hingga saat ini. Data sementara dari gugus tugas percepatan penanganan covid-19 hingga 16 November 2021 menunjukkan jumlah pasien positif corona atau Covid-19 di Indonesia mencapai 4.251.423 orang, sementara jumlah pasien meninggal berjumlah 143.685 orang (<https://covid19.go.id/>). Kondisi tersebut cukup memberikan hantaman keras tidak hanya bagi kesehatan manusia, tetapi juga mengganggu kesehatan ekonomi di seluruh dunia. Komite Stabilitas Sektor Keuangan (KSSK), memperkirakan pertumbuhan ekonomi

Indonesia dalam skenario terburuk bisa minus 0,4 persen. Saat ini, UMKM terpukul paling depan karena ketiadaan kegiatan di luar rumah oleh seluruh masyarakat, daya beli menurun serta munculnya banyak gejala sosial sebagai dampak dari ketakutan masyarakat terhadap virus corona ini. (VOA Indonesia, 2 April 2020).

Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) melakukan survei mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap 571 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hasilnya, 70% UMKM menyatakan berhenti produksi akibat Covid-19. Survei dilakukan pada 6-24 April 2020 terhadap UMKM yang tersebar di Indonesia. Responden sebagian besar merupakan perusahaan formal. Sekitar 70% atau dua per tiga yang stop produksi itu kondisinya mengkhawatirkan, entah berhenti sementara atau seterusnya (katadata.co.id).

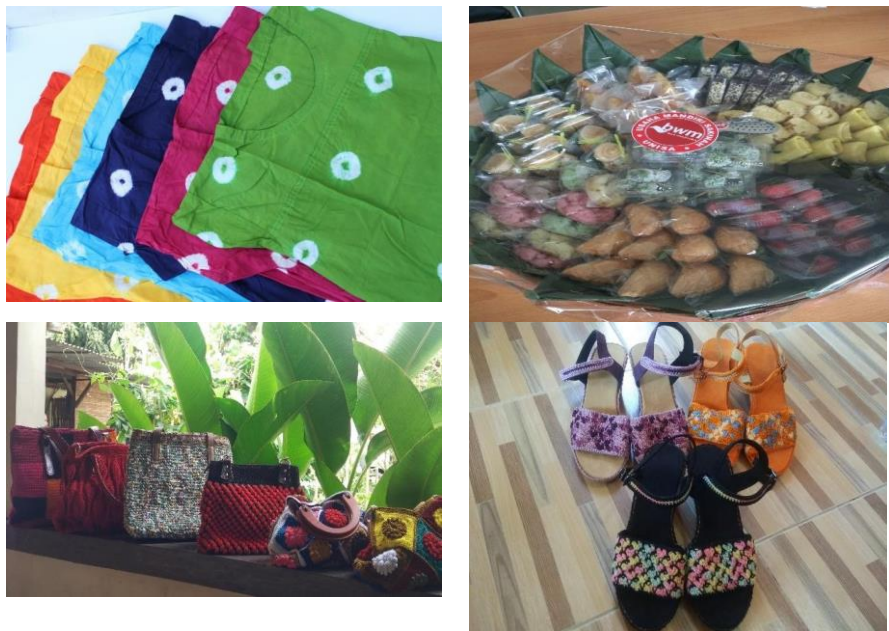
Sebagian besar pengusaha mengatakan berhenti produksi untuk sementara karena terjadi penurunan pesanan selama pandemi Covid-19 (Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam et al., 2020; Rosita, 2020). Terkait hal tersebut, ILO pun menemukan ada sekitar 63% UMKM menghentikan dan meminta karyawannya untuk cuti berbayar atau tidak berbayar. Selain itu, ada pula karyawan UMKM yang telah terdampak Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Kemudian, sebanyak 90% responden disebutkan menghadapi masalah arus kas akibat pandemi Covid-19. Bahkan beberapa perusahaan besar yang memiliki lebih dari 250 pekerja, 78% di antaranya mengalami masalah arus kas. Selanjutnya, sebanyak empat dari lima perusahaan atau 80% responden mengakui pendapatannya menurun tajam. Rinciannya, sekitar 34% perusahaan yang disurvei pendapatannya menurun sebesar 25%. Lalu, 18% responden mengalami penurunan pendapatan antara 25-50%, dan 28% responden sisanya mengalami penurunan berkurang penghasilan lebih dari setengah. Seiring gangguan usaha dan pembatasan pergerakan, 64% perusahaan mengalami kekurangan pasokan bahan baku. Sedangkan hampir dua pertiga atau sekitar 66% menghadapi masalah dengan pengiriman produk jadi. Survei juga menunjukkan, pengusaha berupaya untuk mengatasi dampak wabah. Sebanyak 35% responden berupaya mediversifikasi saluran penjualan atau pemasaran, penjualan dan pengiriman secara daring. Kemudian, satu dari lima perusahaan atau sebanyak 21% responden mendiversifikasi produk sebagai respons terhadap permintaan baru, seperti masker dan sanitasi. Namun, survei menunjukkan hanya 1 dari 5 perusahaan yang berhasil diversifikasi produk (Di et al., 2020; Pendidikan & Indonesia, 2021; Sutoni & Randany, n.d.).

Bank Wakaf Mikro 'Usaha Mandiri Sakinah' merupakan lembaga yang membina dan memberdayakan UMKM perempuan di wilayah Nogotirto, Gamping, Sleman Yogyakarta. Komunitas ini terdiri dari 365 anggota pengusaha perempuan yang tersebar di Kecamatan Gamping. Bank wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah menghadapi persoalan sebagaimana digambarkan di atas di era pandemic Covid-19 ini. Aktivitas penjualan dari UMKM yang dibina Bank wakaf Mikro tersebut merosot sangat drastis. Bahkan sebagian yang lain berhenti berproduksi karena biaya produksi yang dikeluarkan tidak dapat ditutup dari omzet yang dihasilkan. Padahal sebelumnya anggota komunitas ini cukup produktif menghasilkan barang-barang yang dijual di pasar lokal maupun regional (Hastuti Nur & Faidati, 2022).

Selain produksi jasa, anggota komunitas ini juga memproduksi olahan makanan, sandang (fashion) dan cinderamata. Sebelum pandemi, anggota komunitas ini biasa memasarkan hasil produksinya di tempat-tempat wisata yang ada di DIY dan di toko-toko yang berada di lingkungan kampus di Yogyakarta. Sayangnya karena pandemi ini, kunjungan wisatawan di Yogyakarta menurun dan aktivitas pendidikan juga dilakukan secara daring, sebagian besar mahasiswa pulang ke kampung halaman. Padahal cara penjualan anggota komunitas UMKM masih menggunakan cara konvensional. Hal tersebut tentu saja mempengaruhi rendahnya penjualan produk anggota komunitas UMKM. Dari 365 anggota komunitas UMKM Usaha Mandiri Sakinah, baru 25% yang dapat memanfaatkan platform online sebagai cara penjualan mereka. Sehingga penjualan menjadi sangat terbatas pada penjualan offline saja.

Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah menghadapi persoalan serius di era pandemi ini. Sebagian besar anggota komunitas terancam tidak bisa melanjutkan produksinya karena hambatan pasar. Mereka tidak bisa memasarkan hasil produksinya karena pasar yang selama ini ada tidak beroperasi normal. Kawasan Malioboro, Kawasan Abu Bakar Ali, Candi Borobudur, Candi Prambanan, Kebun Binatang gembira Loka, sejumlah pantai yang ada di wilayah DIY dan tempat-tempat wisata lain yang ada di DIY sepi pengunjung, sehingga anggota komunitas UMKM tidak dapat menjual

dagangannya di Kawasan tersebut. Sementara tidak semua anggota komunitas memiliki kapasitas mendiversifikasi produk UMKM-nya sebagaimana diilustrasikan di atas. UMKM yang dibina Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah tersebut juga masih terkendala dengan pemanfaatan teknologi, yaitu pemanfaatan platform online untuk pemasaran produk.



Gambar 1. Komoditas yang Dihasilkan Oleh Anggota UMKM Usaha Mandiri Sakinah

Pada beberapa kesempatan pendampingan yang dilakukan oleh Universitas Aisyiyah pernah diperkenalkan platform digital kepada UMKM binaan Bank Wakaf Mikro untuk memperluas pemasaran produknya. Shopee dan Tokopedia adalah platform online yang sementara ini sudah diperkenalkan kepada pelaku UMKM yang dibina oleh Bank Wakaf mikro Usaha Mandiri Sakinah. Melengkapi upaya memperluas pasar bagi UMKM perlu diupayakan satu media yang mewadahi promosi online dari produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yang dibina oleh Bank Wakaf Mikro yang dikelola sendiri oleh Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah. Media tersebut adalah website yang berisi produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yang dibina oleh Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah, sehingga dapat diakses semakin banyak khalayak. Metode pemesanan atas produk tersebut dapat dilakukan melalui website tersebut yang kemudian dikelola oleh Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah dan diteruskan kepada pemilik produk.

METODE

Merespon situasi yang ada diperlukan intervensi yang terstruktur agar para pelaku UMKM yang dibina oleh Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah tersebut dapat bertahan di tengah himpitan pandemi Covid-19 ini, Pengusul bersama mitra memformulasikan intervensi yang dibahasakan dalam solusi. Adapun solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah pembuatan website untuk membantu mempromosikan produk yang dihasilkan oleh UMKM yang dibina oleh Bank Wakaf Mikro.

Perkembangan teknologi tidak hanya mengubah cara berkomunikasi masyarakat namun juga metode perdagangannya. Di mana banyak mulai bermunculan e-commerce yang berguna untuk jadi tempat jual-beli barang secara online yang bisa digunakan oleh orang-orang yang memiliki usaha. Kesempatan ini tidak boleh dilewatkan oleh para pengusaha UMKM agar kemungkinan pasar mereka lebih luas dan promosi pun jauh lebih murah. Pembuatan website atau marketplace ini sekaligus menjawab permasalahan ketiadaan pasar dalam arti fisik sebagai dampak dari adanya pandemic covid-

19 (Habibi STAI An Najah Indonesia Mandiri JISarirogo No, n.d.; Jurnal & Bisnis, n.d.; Raharja & Natari, 2021).

E-commerce atau marketplace yang sederhana ini nantinya khusus digunakan sebagai wadah bagi pelaku UMKM binaan Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh anggota komunitas. Esensi marketplace bagi anggota komunitas sebenarnya sama saja seperti mal atau tempat belanja yang mana yang membedakannya adalah online.

Seperti layaknya pusat belanja, bejulan di layanan e-commerce juga membutuhkan promosi di dunia maya. Dari sisi promosi keuntungan berjualan di marketplace untuk UMKM melalui online adalah anggota komunitas bisa menjaring lebih banyak pelanggan karena pasarnya lebih luas. Semua orang yang terkoneksi dengan internet bisa melihat promosi pelaku UMKM binaan Bank wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah tanpa terbatas oleh factor geografis. Jadi produk dari anggota komunitas tidak hanya bisa dilihat oleh calon konsumen dalam skala local, regional, bahkan nasional, tapi juga bisa menarik pangsa internasional bila kemasan dan produk dari anggota komunitas mendukung (Gede Sudika Mangku & Putu Rai Yulianti, 2022; Supriyanto & Hana, 2020). Berikut ini adalah metodologi yang digunakan untuk pembuatan website:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Metode Pelaksanaan	Target
1	Perancangan Sistem	- Memformulasikan tujuan dari website yang akan dibuat. - Melakukan analisa dan pengumpulan data yang diperlukan oleh website/marketplace kemudian menempatkan beberapa kebutuhan tersebut ke dalam situs yang akan dikembangkan. - Melakukan perancangan terhadap draft atau arsitektur website
2	Pengembangan Website	Membagi setiap elemen website dan menggunakannya untuk membuat website fungsional.
3	Tot Web Admin	Melatih web admin agar dapat mengoperasikan website
4	Uji Coba	Menguji coba fungsi dari website

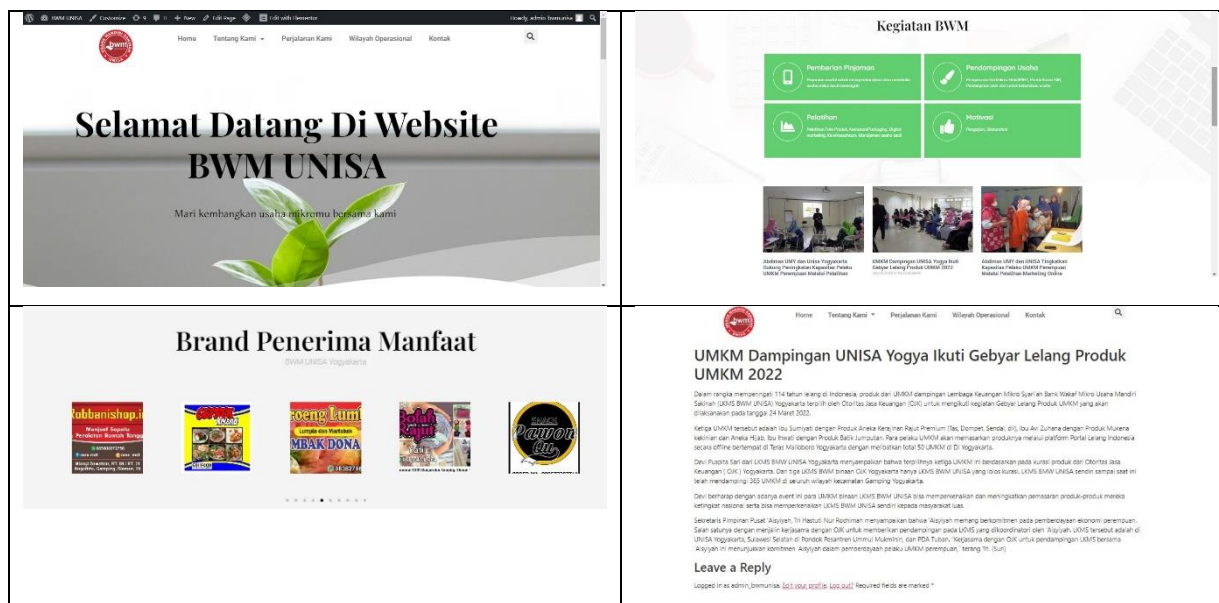
Tabel 2. Gambaran partisipasi mitra, evaluasi dan keberlanjutan program

No	Nama Kegiatan	Partisipasi mitra	Evaluasi dan keberlanjutan program
1	Perancangan Sistem	Memberikan gambaran kebutuhan fitur-fitur website untuk BWM	Fitur yang dapat dikembangkan sesuai kebutuhan mitra
2	Pengembangan Website	Memberikan masukan terhadap konten-konten yang akan ditampilkan di website (support data dan informasi)	Konten-konten yang ditampilkan sesuai dengan kebutuhan pemasaran produk UMKM Binaan BWM
3	TOT Web Admin	Admin BWM dilatih untuk maintain website	Admin BWM dapat melakukan update konten secara periodik
4	Uji Coba	Memberikan masukan atas kelayakan tampilan website	Website BWM dapat mulai ditampilkan
5	Penyempurnaan Web	Memberikan persetujuan akhir atas tampilan website	Admin BWM dapat mulai melakukan updating ats konten-konten pemasaran produk pelaku UMKM Binaan BWM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun website Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri sakinah tersebut beralamat di bwmunisa.id. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam bentuk pembuatan website di BWM Usaha Mandiri Sakinah dilakukan selama 2 (dua) bulan. Adapun tahapan yang dilakukan adalah:

1. Perancangan website. Adapun dalam perancangan ini dilakukan pembuatan peta website. Peta website menggambarkan hubungan antara halaman utama website dengan halaman lainnya. Tujuan pembuatan peta website ini adalah untuk membangun website yang mudah digunakan oleh user. Selain peta website, didalam perancangan ini juga dipilih teknologi yang digunakan. Dalam pembuatan sebuah website, perlu ditentukan di awal apa saja yang dibutuhkan dalam proses pembuatan hingga pengembangannya. Baik dari proses pemogramannya, animasi, hingga database yang akan digunakan apabila dibutuhkan. Tentukan juga tampilan resolusi yang bersifat responsive sesuai rancangan. Sehingga dapat menyesuaikan tampilan pada berbagai resolusi layar. Terakhir adalah membuat Mock-up, sebelum tahap pemograman atau membuat kode, dibutuhkan sebuah desain untuk menggambarkan kerangka tampilan atau wireframe dari website yang akan dibuat. Wireframe ini tanpa ada unsur desain seperti warna, logo, dan lain-lain namun tetap memvisualisasikan rancangan. Estimasi waktu 2-6 minggu.
2. Pengembangan website. Setelah rancangan dilakukan dan sesuai dengan kebutuhan, pada tahap ini pembuatan website dapat dilakukan. Semua elemen halaman website yang dirancang selama mock-up dan pembuatan tata letak harus diterapkan dan diuji. Elemen interaktif seperti animasi flash, formulir kontak dan Pemahaman mendalam tentang setiap teknologi pengembangan website lainnya dapat diimplementasikan dalam tahap ini.
3. TOT Web Admin. Tot Web admin dilakukan untuk membekali tim BWM Usaha Mandiri sakinah yang akan melakukan maintenance.
4. Uji Coba. Pengujian merupakan tahapan penting untuk mengetahui berbagai fungsi sebuah website berjalan dengan normal dan tanpa kesalahan. Uji coba dilakukan untuk memeriksa setiap *script*, formulir, ataupun lainnya dalam menemukan kesalahan ketik atau pemrograman. Setelah dilakukan pemeriksaan fitur website anda dan berjalan normal, saatnya mengunggah ke server. Setelah terupload ke server, perlu dilakukan tes pemeriksaan lagi untuk memastikan semua sudah dikerjakan dengan benar.



Gambar 2. Tampilan BWM UNISA

SIMPULAN

Penyusunan website bagi Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah sangat bermanfaat, terutama dalam mempromosikan produk UMKM binaan Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri Sakinah. Website dapat digunakan sebagai alternatif platform untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada khalayak.

UCAPAN TERIMA KASIH (OPSIONAL)

Terima kasih kepada LPPM Universitas Aisyiyah yang telah memberikan dana hibah Pengabdian Kepada Masyarakat sehingga program ini dapat dilaksanakan dengan baik. Terima kasih pula kami ucapkan kepada Bank Wakaf Mikro Usaha Mandiri sakinah yang telah berkenan menjadi mitra dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Di, M., Sukasirna, D., Sukaluyu, K., Cianjur, K., Sutoni, A., & Indrawati, D. (2020). *Konsep Pengembangan Inovasi Simping, dalam Pemberdayaan* (Vol. 3). <https://kbbi.web.id/simping>,
- Gede Sudika Mangku, D., & Putu Rai Yulianti, N. (2022). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DI KABUPATEN BULELENG. In *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* (Vol. 10, Issue 3). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>
- Habibi STAI An Najah Indonesia Mandiri JISarirogo No, M. (n.d.). *E-COMMERCE DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALTERNATIF SOLUSI TANTANGAN PEMASARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS: UMKM MARTABAK MR.JENGGOT) E-commerce and Social Media as Alternative Solutions to Marketing Challenges During the Covid-19 Pandemic (Case Study: Mr.Jenggott Martabak MSME)*.
- Hastuti Nur, T., & Faidati, N. (2022). PENINGKATAN KAPASITAS MARKETING ONLINE BAGI PEREMPUAN PELAKU UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 6(1).
- Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, P., Sunan Ampel Surabaya Jl Ahmad Yani, U., Timur, J., Nur Azizah, F., Fadilah Ilham, I., Putri Aqidah, L., Aliyani Firdaus, S., Agung Dwi Astuti, S., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1).
- Jurnal, A. :, & Bisnis, A. (n.d.). *Bambang Arianto*.
- Pendidikan, J., & Indonesia, E. (2021). *STUDI DESKRIPTIF PELUANG DAN TANTANGAN UMKM INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19*. 3(1), 240–249.

- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8640>
- Sutoni, A., & Randany, M. R. (n.d.). *Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Rancagoong, Kecamatan Cilaku, Kabupaten Cianjur*. <https://www.kompas.com/skola/read/201>
- VOA Indonesia, 2 April 2020
- Katadata.co.id