

Website E-Katalog Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Desa Nglebak

E-Catalog Website as a Promotion Platform of Micro and Small Bussiness in Nglebak Village

Ahmad Wahyu Rafsan Zani^{1*}, Muhammad Daffa², Moh. Royhan Advani³, Aldo Prakoso Zhatatra⁴, Ariiq Elmo Lavansa⁵, Mu'tasim Billah⁶

¹Teknik Informatika, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

²Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

³Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

⁴Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

⁵Teknik Kimia, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

*19081010119@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 28 Oktober 2022

Revised: 13 November 2022

Accepted: 09 Desember 2022

Keywords: *UMKM, website, marketing, e-catalog.*

Abstract: *Digital Marketing is a marketing method that use digitalization process for it's marketing. Digital Marketing has significant effect in nowadays era, including for UMKM (micro and middle class bussiness in Indonesia). UMKM's reinforcement is very important for Indonesia economic future, especially for national economic structure, that's why UMKM need to adapt with current situation. In Nglebak Village, marketing is the main problem for UMKM. They can't reach people outside of Nglebak village. From this problem, we are making e-catalog website to digitalize UMKM so UMKM in Nglebak village be able to reach wider market. The result is e-catalog website that has many pages such as village profile, UMKM list, UMKM detail also add and edit UMKM features for admin.*

Abstrak

Digital marketing adalah metode pemasaran yang menggunakan proses pemasaran digital. *Digital marketing* merupakan hal yang sangat berpengaruh di era sekarang, termasuk untuk UMKM. Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis untuk melihat perekonomian ke depan, terutama untuk memperkuat struktur perekonomian nasional, untuk itu UMKM perlu beradaptasi dengan kondisi saat ini. UMKM di desa Nglebak memiliki permasalahan utama yaitu terkait pemasaran yang masih belum menjangkau luar desa Nglebak. Dari permasalahan tersebut maka dibuatlah *website e-catalog* untuk mendigitalisasi UMKM agar bisa dilihat oleh masyarakat yang lebih luas. Hasilnya adalah situs web yang memiliki halaman profil desa, daftar UMKM, detail UMKM serta fitur tambah dan edit UMKM untuk admin website.

Kata Kunci: *UMKM, website, pemasaran, e-catalog.*

PENDAHULUAN

Digital marketing adalah metode pemasaran yang menggunakan proses pemasaran digital. Pemasaran dilakukan tidak hanya melalui website tetapi juga melalui media sosial. Digital marketing adalah proses menyatukan komunikasi terpadu yang tujuannya untuk memberikan informasi tentang barang atau jasa yang berkaitan dengan kepuasan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Hakikat pemasaran adalah komunikasi melalui penyampaian barang kepada sasaran pemasaran. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pemasaran digital adalah komunikasi produk melalui perangkat akhir digital. Keuntungan pemasaran digital adalah dapat menangkap dan mengukur analisis cepat dan pengambilan keputusan manajemen. Setelah kami mengetahui informasi ini, kami dapat menentukan berapa banyak orang yang melihat pesan pemasaran kami.

Hal yang perlu diperhatikan saat memulai digital marketing adalah mengidentifikasi pelanggan dan mengikuti selera banyak pelanggan, mengkomunikasikan produk dengan menarik perhatian pelanggan dengan konten yang mengikuti tren, dan melayani pelanggan dengan sepenuh hati agar pelanggan membeli. Yang terpenting juga mendengarkan dan standarisasi, setelah kita membuat produk, kita bisa menawarkannya ke pelanggan dan meminta saran dari pelanggan, lalu membakukan produk sesuai dengan selera pelanggan. Misalnya Indomie, rasa Indomie berbeda di setiap daerah karena mereka menstandarkan produknya berdasarkan perbedaan bahasa di setiap daerah. Untuk mengkomunikasikan produk kami, kami dapat menerapkan identitas merek, manfaat produk, manfaat, dan platform. Identitas merek dapat memudahkan pelanggan untuk mengenali merek kita dengan menunjukkan keunggulan produk kita di platform yang kita gunakan. Ketika semua hal yang diperlukan untuk memulai pemasaran digital sudah diterapkan, yang terpenting adalah menyesuaikan gaya komunikasi perusahaan sesuai dengan pemahaman pelanggan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan pelaku ekonomi utama di Indonesia, masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk berkembang secara mandiri. Porsi usaha mikro, kecil dan menengah dalam PDB Indonesia adalah sekitar 60 persen pada tahun 1999, dimana usaha kecil dan mikro menyumbang 42 persen dan usaha menengah 18 persen.

Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis untuk melihat perekonomian ke depan, terutama untuk memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis ekonomi nasional seperti saat ini berdampak kuat terhadap stabilitas nasional, ekonomi dan politik, yang dampaknya melemahkan operasi perusahaan-perusahaan besar, sementara UKM dan koperasi relatif dapat melanjutkan operasinya. Ketika semua hal yang diperlukan untuk memulai pemasaran digital sudah diterapkan, yang terpenting adalah menyesuaikan gaya komunikasi perusahaan sesuai dengan pemahaman pelanggan.

Website adalah media data tempat penyimpanan data teks, gambar, suara, dan animasi, yang dapat ditampilkan di Internet dan diakses oleh komputer yang terhubung ke Internet di mana pun di dunia. Website merupakan sumber daya berbasis jaringan komputer yang dapat diakses

dimana saja dengan relatif murah. Website merupakan implementasi dari bahasa pemrograman web (web programming). HTML (Hypertext Markup Language) adalah bahasa markup yang digunakan untuk membuat halaman website. Isinya terdiri dari berbagai kode yang dapat menyusun struktur suatu website. HTML terdiri dari kombinasi teks dan simbol yang disimpan dalam sebuah file. Dalam membuat file HTML, terdapat standar atau format khusus yang harus diikuti.

Salah satu cara paling umum untuk menghasilkan uang secara online adalah dengan menjual produk fisik atau digital. Dengan membuat perjalanan pelanggan semudah dan semulus mungkin, perusahaan telah membuktikan bahwa mereka dapat menghasilkan jutaan secara online dengan menjual produk ke pengguna internet. Contoh nyata adalah situs web e-commerce dan afiliasi. Selain penjualan produk, ada juga penjualan jasa. Di sini situs web digunakan untuk menghasilkan kesadaran, rekomendasi, dan penjualan online untuk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan pemilik situs web. Lagi pula, situs web benar-benar digunakan untuk menjual layanan, baik itu bisnis kecil, lokal, atau multinasional besar. Tujuan website bisnis ini adalah untuk meningkatkan posisi dan citra brand Anda secara online.

Pada desa Nglebak, Barend Jombang memiliki beberapa UMKM yaitu keripik Opak Jepit, Mitra Lele, Putri Tas (Tas Kertas). Akan tetapi mereka memiliki permasalahan utama yaitu terkait pemasaran yang masih belum menjangkau luar desa Nglebak. Permasalahan lainnya yang dihadapi yaitu cara pemasaran yang benar, cara membangun usaha dengan benar, dan belum memiliki Nomor Izin Berusaha (NIB). Maka dari itu kami dari Kelompok Kerja Nyata (KKN) akan membantu dan mengembangkan pada bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif.

METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan untuk merealisasikan *website e-catalog* terbagi menjadi beberapa bagian tahapan, yaitu:

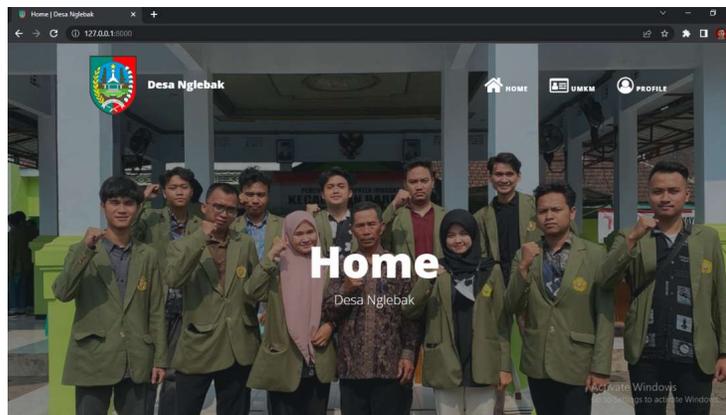
Tahapan awal yaitu mengembangkan website. Website dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan *framework laravel* yang menerapkan konsep *Model, View, Controller (MVC)*. *Database* yang digunakan yaitu MySQL serta Firebase untuk menyimpan data berupa gambar. Proses pengembangan website memakan waktu sekitar 1 bulan dari awal pengembangan sampai jadi. Data yang digunakan dalam website pada tahapan ini masih data yang *dummy*.

Tahapan selanjutnya yaitu pengumpulan data. Data yang didapatkan berasal dari perangkat desa dan observasi kelompok KKN di desa Nglebak. Data-data yang dikumpulkan berupa data nama UMKM, varian produk, harga, dan kontak pemilik. Selain data UMKM, website ini juga dilengkapi dengan profil desa, sehingga data-data yang berkaitan dengan profil desa Nglebak seperti perangkat desa, sejarah, mitos, dan hal-hal terkait desa Nglebak lainnya. Semua data yang telah dikumpulkan dimasukkan ke dalam website untuk dipublikasikan.

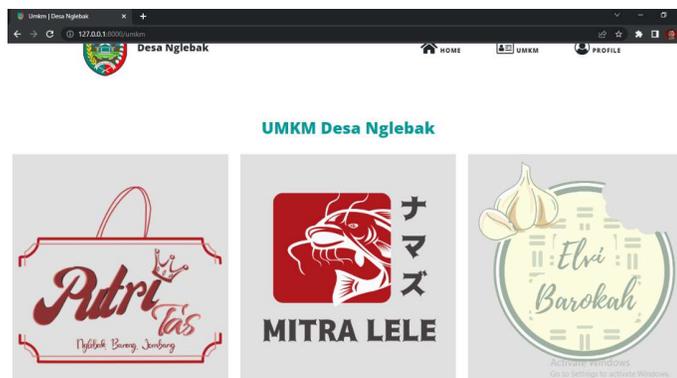
Data yang diperoleh dari desa dan observasi kelompok KKN tentunya belum bisa mencakup semua UMKM yang ada di desa Nglebak. Oleh karena itu, langkah terakhir dibuat untuk mengantisipasi hal ini, yaitu dengan cara menyediakan fitur tambah UMKM baru untuk menambahkan UMKM yang mungkin belum terdata. Fitur ini nantinya akan dioperasikan oleh pihak terkait seperti perangkat desa agar bisa dikelola secara mandiri oleh desa. Kelompok KKN akan memberikan modul cara pengoperasian website agar bisa dipelajari oleh perangkat desa.

HASIL

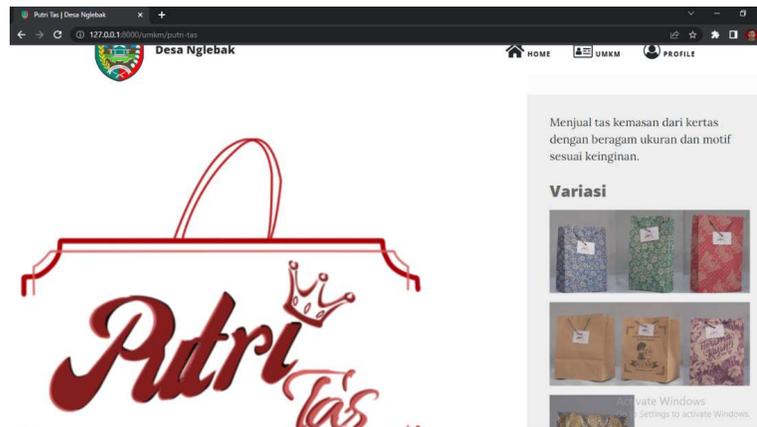
Website yang dikembangkan adalah website yang bersifat dinamis. Website dinamis merupakan program web yang berjalan di sisi server untuk mengatur perubahan dari data yang ada sehingga tampilan website dapat berubah-ubah (Kuryanti et al., 2018). Website *e-catalog* untuk UMKM desa Nglebak ini memiliki beberapa tampilan halaman untuk pengguna, diantaranya adalah halaman profil desa, katalog UMKM, dan detail UMKM.



Gambar 1. Tampilan Halaman Utama (Profil Desa)



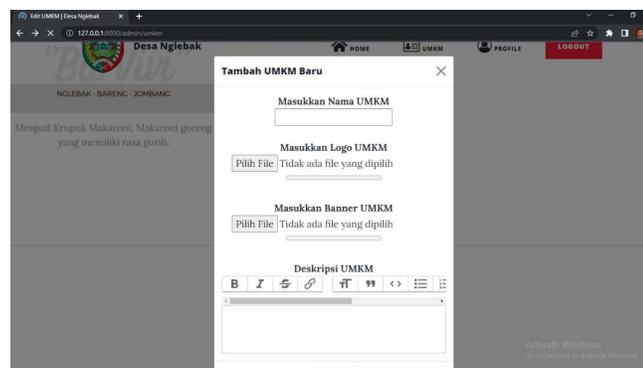
Gambar 2. Tampilan Katalog UMKM



Gambar 3. Tampilan Detail UMKM

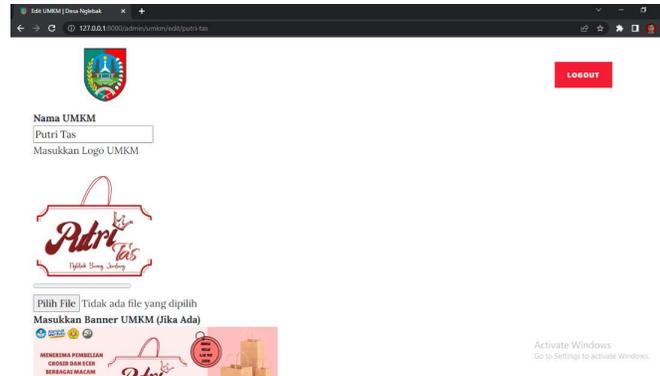
Melalui data yang didapatkan dari hasil observasi dan juga validasi ke perangkat desa, didapatkan 3 UMKM yang akan dimuat dalam *e-catalog* UMKM desa Nglebak. 3 UMKM tersebut diantaranya adalah Putri Tas yang memiliki produk tas songgong dengan berbagai macam ukuran dan motif, Mitra Lele yang merupakan ternak lele dan nila untuk memasok kebutuhan ikan lele dan nila dalam jumlah besar beserta pakan dari ikan lele dan nila, Opak Jepit Elvi Barokah yang menjual Opak Jepit khas Gresik dengan varian rasa bawang dan pedas. Desa tidak memiliki data yang tercatat untuk pelaku usaha UMKM, oleh karena itu data yang didapatkan hanya berasal dari observasi.

Tidak adanya data daftar UMKM desa menyebabkan kemungkinan masih ada UMKM di desa Nglebak yang tidak terobservasi. Hal ini menyebabkan daftar UMKM yang ada pada *e-catalog* menjadi lebih sedikit. Untuk mengatasi hal ini maka dibuatlah fitur untuk menambahkan UMKM. Fitur tambah UMKM ini dioperasikan oleh perangkat desa yang berperan sebagai administrator untuk mendaftarkan UMKM ke dalam *e-catalog*. Pemilik UMKM yang belum terdaftar bisa mengajukan pendaftaran *e-catalog* untuk UMKM nya.



Gambar 4. Tampilan Tambah UMKM

Selain itu administrator juga bisa melakukan beberapa perubahan untuk UMKM yang sudah terdaftar seperti ubah atau hapus UMKM.



Gambar 2. Tampilan untuk Memodifikasi Data UMKM

DISKUSI

Perkembangan teknologi informasi mempengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari (Danuri, 2019). Aspek ini termasuk dalam teknik pemasaran yang mulai beralih menggunakan platform digital, salah satunya menggunakan website (Hasugian, 2018). Dari keluhan pemilik UMKM yang telah disurvei, masalah pemasaran merupakan masalah utama mereka. Kebanyakan produk UMKM desa Nglebak hanya menjangkau desa Nglebak sendiri dan belum bisa dikenal sampai luar. Masyarakat luas perlu mengetahui produk UMKM sebelum mereka bisa memutuskan untuk membeli produk tersebut. Hal ini sesuai dengan fungsi katalog digital atau *e-catalog* yaitu untuk memberikan contoh produk tertentu ke khalayak ramai dalam bentuk digital (Risdianti et al., 2022).

Data adalah fakta mengenai objek tertentu (Abdurahman, 2018). Data merupakan sesuatu yang penting dan berharga (Alfiah et al., 2020). Data UMKM juga merupakan hal penting yang perlu dilakukan pendataan. Data UMKM ini nantinya bisa dimanfaatkan untuk keperluan yang dapat membuat UMKM lebih berkembang. UMKM dapat menopang perekonomian daerah sehingga sudah sepatutnya dikembangkan (Alauddin, 2019).

Di desa Nglebak, data UMKM masih belum tercatat dan terdokumentasikan, sehingga membuat kebijakan atau program yang berkaitan dengan UMKM relatif susah untuk dibuat. Peran perangkat desa sebagai administrator yaitu adalah untuk merencanakan, menyusun, mengarahkan, dan mengelola desa di segala aspek, termasuk untuk pencatatan UMKM. Karena adanya website *e-catalog* maka perangkat desa sebaiknya menjadi fasilitator untuk pemilik UMKM mengembangkan dan memasarkan produknya. Diharapkan tidak ada lagi alasan keterbatasan pengetahuan untuk pengoperasian web karena zaman akan terus berkembang.

KESIMPULAN

Permasalahan utama pada UMKM di desa Nglebak adalah masalah pemasaran yang masih menggunakan cara mulut ke mulut. Permasalahan ini terjadi karena UMKM tidak bisa mengikuti perkembangan zaman. Pembuatan *website e-catalog* ini mampu membantu UMKM agar dapat dikenal lebih luas. UMKM yang dikenal lebih luas akan berdampak pada meningkatnya pemesanan produk, bahkan dalam jumlah yang cukup signifikan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan dana untuk Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik. Terima kasih juga diucapkan kepada segenap perangkat desa Nglebak yang telah bersedia memfasilitasi kegiatan yang dilakukan oleh Kelompok KKN. Terima kasih juga kepada pemilik UMKM yang ada di desa Nglebak atas ketersediaannya dilakukan survei.

DAFTAR REFERENSI (Times New Roman, size 12)

- Abdurahman, Muhdar “Sistem Informasi Data Pegawai Berbasis Web Pada Kementerian Kelautan Dan Perikanan Kota Ternate” *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika* 1, no. 2 (Juli 2018): 70-78.
- Alauddin, Muhammad “FUNGSI UMKM DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT” *QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)* 5, no. 1 (Februari 2019): 80-90.
- Alfiah, Fifit, Sudarji, Rio, Fatah, Dzakwan Taqiyuddin Al “Aplikasi Kriptografi Dengan Menggunakan Algoritma Elgamal Berbasis Java Desktop Pada Pt. Wahana Indo Trada Nissan Jatake” *ADI BISNIS DIGITAL INTERDISIPLIN* 1, no. 1 (Juni 2020): 22-34.
- Danuri, Muhammad “PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL” *INFOKAM*, no. 2 (September 2019): 116-123.
- Hasugian, Penda Sudarto “PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI” *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* 3, no. 1 (Maret 2018): 82-86.
- Kuryanti, Sandra J. and Indriani, Novita “Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Pariwisata (Studi Kasus: Pantai Jatimalang, Purworejo)” *Jurnal & Penelitian Teknik Informatika* 2, no. 2 (April 2018): 37-46.
- Risdianti, Novia and Putra, Bramanta Octa Danu “Perancangan Katalog Digital Interaktif untuk Membantu Remaja Putri Memilih Produk Makeup Emina Secara Online” *BHAGIRUPA*,

Jurnal Desain Komunikasi Visual 2, no. 1 (Februari 2022): 22-27.

Suherman, Eman. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta Desain, 2008.

Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.

Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Tambunan, Tulus. *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.