

Pembuatan Website Umkm “Cahaya Stik”Kelompok Wanita Tani Cahaya Rimpang Sebagai Media Pemasaran

¹⁾ Diva Dhotin Fajriyah*, ²⁾ Nanik Hariyana²

¹⁾Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya,
IndonesiaEmail Corresponding: ¹⁾ Divadhodin.25@gmail.com *

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: UMKM, Website, Pemasaran, Promosi, Media	Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan pembinaan wanita tani yang ada di pedesaan melalui suatu wadah kelompok yang perlu ditingkatkan sehingga potensinya yang besar dapat dimanfaatkan. Salah satu Kelompok Wanita Tani yang ada di kelurahan tlumpu yaitu KWT Cahaya Rimpang. Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Rimpang sendiri merupakan kelompok tani yang anggotanya para perempuan yang melaksanakan usaha di bidang pertanian, adapun para istri petani yang juga merupakan anggota dari kelompok tani. Dengan melalui berbagai Pelatihan Olahan Hasil Pertanian dengan memadukan potensi masyarakat dengan sumber daya pertanian yang ada agar menghasilkan produk lokal yang berkualitas serta bernilai tinggi, strategis dan dapat meningkatkan produktivitas komoditas unggulan daerah, mendukung kemandirian, meningkatkan pendapatan petani, terutama ibu-ibu yang menjadi anggota anggota Kelompok Wanita Tani “Cahaya Rimpang” Kelurahan Tlumpu Kec Sukorejo Kota Blitar agar kehidupan masyarakatnya bisa menjadi lebih sejahtera. Website merupakan salah satu media promosi yang dapat digunakan sebagai pengenalan, promosi, atau media penjualan suatu produk. Pembuatan website pada UMKM Cahaya Stik yang ada di Kota Blitar ini memiliki tujuan agar dapat membantu menganalkan potensi batik yang ada di Kota Blitar serta menjadi media promosi bagi UMKM. Metode yang kami lakukan untuk memecahkan masalah diantaranya yaitu kami melakukan observasi, pembagian kuesioner, serta melakukan Focus Grup Discussion Harapannya dengan pembuatan website dapat membantu UMKM dalam mempromosikan produknya dan menjadi platform penjualan produk. ABSTRACT Women Farmer Groups (KWT) are coaching women farmers in rural areas through a group forum that needs to be improved so that their great potential can be utilized. One of the Women Farmer Groups in the tlumpu sub-district is KWT Cahaya Rimpang. The Women Farmers Group (KWT) Cahaya Rimpang itself is a farmer group whose members are women who carry out business in the agricultural sector, while the farmers' wives are also members of the farmer group. By going through various Agricultural Product Processing Trainings by combining community potential with existing agricultural resources in order to produce local products of high quality and high value, strategic and able to increase the productivity of regional superior commodities, support independence, increase the income of farmers, especially mothers who are members of the Women Farmer Group "Cahaya Rimpang" Tlumpu Village, Sukorejo District, Blitar City so that the lives of the people can become more prosperous. Website is one of the promotional media that can be used as an introduction, promotion, or media for selling a product. Making a website for UMKM Cahaya Stik in Blitar City has the goal of being able to help analyze the potential of batik in Blitar City and to become a promotional medium for MSMEs. The methods we use to solve the problem include making observations, distributing questionnaires, and conducting Focus Group Discussions. The hope is that by creating a website it can help MSMEs in promoting their products and become a product sales platform. This is an open access article under the CC-BY-SA license. 

I. PENDAHULUAN

UMKM adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. UMKM dapat berarti bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, ataupun badan usaha ukuran kecil. Pentingnya penggunaan teknologi internet dalam mengatur semua aspek pemasaran UMKM tidak dapat

diabaikan. Dengan memanfaatkan teknologi internet, UMKM dapat menetapkan harga produk dengan lebih efisien, mengurangi ketimpangan dan kemiskinan, serta mendorong kewirausahaan (Widiawati et al., 2021).

Pengelolaan semua bagian pemasaran melalui penggunaan teknologi internet melibatkan beberapa langkah. Pertama, UMKM dapat menggunakan teknologi internet untuk menetapkan harga produk secara akurat dan kompetitif. Dengan mengakses informasi pasar dan persaingan melalui *platform online*, UMKM dapat mengoptimalkan harga produk mereka agar sesuai dengan permintaan pasar. Kemudian, UMKM juga dapat mengatur kampanye pemasaran mereka menggunakan teknologi internet. Mereka dapat memanfaatkan media sosial, situs web, dan *platform e-commerce* untuk mengiklankan produk dan layanan mereka kepada target konsumen. Dengan mengidentifikasi khalayak yang tepat dan menyampaikan pesan yang relevan, UMKM dapat meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu, teknologi internet juga memungkinkan UMKM untuk mendistribusikan produk dan layanan mereka dengan lebih efisien (Hariyana, 2022).

Melalui *platform e-commerce* dan jasa pengiriman *online*, UMKM dapat mencapai konsumen di berbagai lokasi tanpa harus memiliki toko fisik. Ini membantu UMKM untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan aksesibilitas produk mereka. Dengan menggunakan saluran promosi yang tepat dan fokus, UMKM dapat meningkatkan minat beli konsumen. Melalui pemasaran yang efektif menggunakan teknologi internet, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan keuntungan, dan memberikan kontribusi dalam mengurangi ketimpangan dan kemiskinan. Dalam kesimpulannya, UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi dalam perekonomian.

Di era globalisasi, seorang wanita yang awalnya menjadi ibu rumah tangga mulai mengubah dirinya dan ikut serta secara langsung dalam membantu memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Peningkatan produktivitas tenaga kerja wanita tani memiliki peran dan potensi yang strategis dalam mendukung peningkatan dan perolehan pendapatan rumah tangga pertanian di pedesaan. Salah satu kelompok Wanita Tani yang ada di kelurahan Tlumpu adalah KWT Cahaya Rimpang. Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Rimpang merupakan kelompok tani yang terdiri dari para perempuan yang bergerak di bidang pertanian dan mampu meningkatkan produktivitas komoditas unggulan daerah. Kelompok ini juga mendukung kemandirian dan peningkatan pendapatan, dengan anggotanya yang merupakan istri petani yang turut menjadi bagian dari kelompok tani tersebut.

KWT Cahaya Rimpang adalah organisasi yang didirikan untuk mendukung dan mewadahi wanita tani di Kelurahan Tlumpu, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, terutama di RW 001. Kelompok ini menjalankan berbagai usaha, mulai dari snack hingga minuman berupa jamu. Salah satu produk terbaru yang dikeluarkan oleh KWT adalah stick jahe, sebuah camilan yang kaya gizi. Awal mula usaha KWT Cahaya Rimpang berawal dari produksi jamu sejak tahun 2020. Kemudian, ketua organisasi ini memiliki keinginan untuk memberikan nama khusus untuk usahanya, yaitu Cahaya Stik, dan pada tahun 2023 mereka meluncurkan produk baru, yaitu Stik Jahe. Tujuan dari pembuatan website ini yaitu agar UMKM Cahaya Stik dapat memanfaatkan teknologi internet dalam pengelolaan pemasaran mereka. Yang nantinya akan dapat mengoptimalkan keuntungan mereka, meningkatkan aksesibilitas produk, serta mendorong pertumbuhan kewirausahaan.

II. MASALAH

Permasalahan yang dihadapi oleh KWT Cahaya Rimpang terkait dengan pemasaran adalah kesulitan dalam membuat website dan media promosi lainnya. Mereka kesulitan terhadap pemasaran online, karena belum mengetahui tata caranya. Padahal penggunaan media website telah menjadi strategi pemasaran yang populer dalam bisnis saat ini. Website tersebut dapat menyediakan informasi lengkap mengenai produk dan promosi.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat

III. METODE

Berikut beberapa metode yang digunakan dalam kegiatan ini, antara lain :

1. Observasi awal. Dilakukan observasi pada UMKM Cahaya Stik Kelompok Wanita Tani Cahaya Rimpang mengenai produknya salah satunya yaitu Stik Jahe. Berdasarkan hasil observasi tersebut, terdapat masalah pada pemasaran dimana Cahaya Stik hanya melalui kegiatan bazar yang diadakan lingkungan sekitar tempat tinggal.
2. Kuesioner. Setelah melakukan observasi, dilakukan pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Ibu Siti selaku ketua dari kelompok wanita tani cahaya rimpang. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan.
3. Diskusi. Setelah mengisi kuesioner, dilakukan diskusi dengan melakukan FGD (Focus Group Discussion) kepada pelaku – pelaku UMKM, salah satunya yaitu UMKM Cahaya Stik. Diskusi tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih dalam dan detail mengenai UMKM Cahaya Stik.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan beberapa metode yang sudah dilakukan serta koordinasi dengan UMKM Cahaya Stik, untuk itu dapat dilaksanakan pembuatan website sesuai kebutuhan serta keinginan UMKM Cahaya Stik sehingga dapat mewujudkan sebuah website dengan alamat <http://bitly.ws/HPAh>. Website tersebut dapat dimanfaatkan UMKM Cahaya Stik sebagai media pemasaran. Berikut penjelasan website yang telah dibuat.

A. Beranda



Gambar 2. Tampilan ome pada Website

Pada bagian Beranda merupakan tampilan utama pada website. Tampilan utama website menampilkan slogandari Cahaya Stik, produk unggulan dari KWT, selain itu juga pada tampilan ini terdapat berbagai aktivitas yang dilakukan oleh KWT Cahaya Stik diantaranya yaitu pelatihan pembuatan stik jahe, penanaman sayur, serta pembuatan jamu sari rimpang dilengkapi dengan beberapa foto.

B. Produk

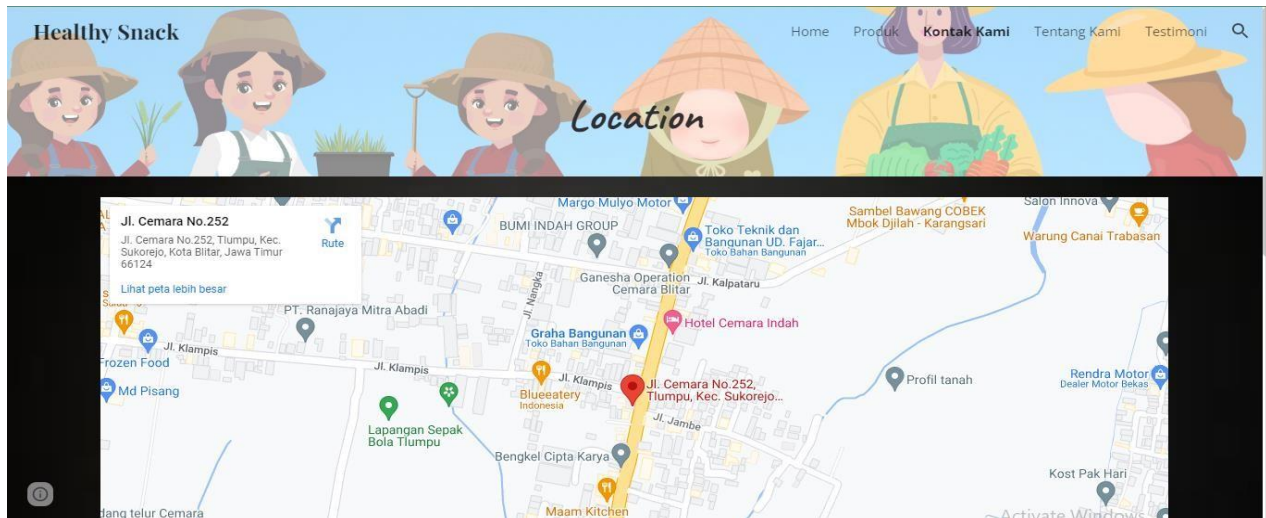


Gambar 3. Tampilan Produk pada Website

Bagian produk merupakan bagian setelah home pada website. Pada bagian ini menampilkan berbagai produk dan juga penjelasannya yang dijual oleh KWT Cahaya Rimpang. produk tersebut meliputi stik jahe

dan jamu godongan sari rimpang. Selain itu juga pada setiap tampilan website bagian bawah tercantum alamat serta kontak yang bertujuan untuk memudahkan konsumen ketika akan menghubungi penjual.

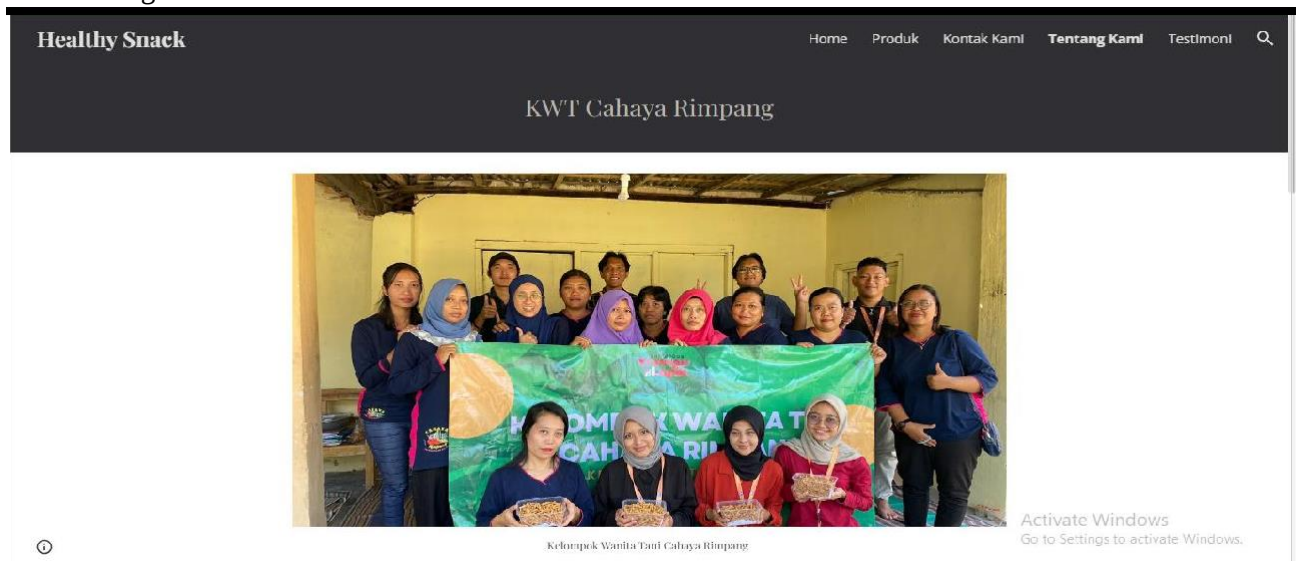
C. Kontak Kami



Gambar 4. Tampilan Kontak Kami pada Website

Bagian kontak kami tersedia untuk memudahkan pembeli dalam menghubungi Cahaya Stik. Pada bagian ini terdapat lokasi dimana Cahaya Stik berada, dan juga terdapat beberapa media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook, dan email yang langsung dapat terhubung dengan Cahaya Stik.

D. Tentang



Gambar 5. Tampilan Tentang Kami pada Website

Pada bagian ini memberikan penjelasan mulai dari apa itu KWT Cahaya Rimpang sampai dengan usaha yang dijalankannya. Selain itu pada tampilan ini juga terdapat visi misi yang diterapkan oleh KWT Cahaya Rimpang.

E. Testimoni



[Thumpu, Sukorejo, Blitar, East Java] [085736089265] [kwtcahayarimpang@gmail.com]

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Gambar 6. Tampilan Testimoni Produk pada Website

Pada bagian akhir dari website yaitu testimoni ini ditampilkan untuk memberikan beberapa testimoni pembelimengenaikan UMKM cahaya stik. Tampilan ini juga memberikan manfaat bagi konsumen yang ingin membeli produk yang akan dipilih. Tabel dan Gambar

V. KESIMPULAN

Kegiatan sudah berhasil terlaksana dengan menghasilkan website UMKM Cahaya Stik dengan alamat <http://bitly.ws/HPAh>. Penggunaan website ini akan bermanfaat bagi UMKM Cahaya Stik sebagai media pemasaran serta promosi produk-produknya agar mudah dijangkau oleh kostumer. Kostumer juga akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi terkait UMKM “Cahaya Stik” mulai dari produk-produknya sampai dengan lokasi usaha. Website ini diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan produk-produk Cahaya Stik dikemudian hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya selaku salah satu anggota dari Kelompok 43 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur mengucapkan terima kasih kepada Kelurahan Tlumpu, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, pelaku UMKM di Kelurahan Tlumpu, LPPM UPN “Veteran” Jawa Timur, Dosen Pembimbing, DPL, PIC, seluruh teman-teman dari Kelompok 43 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur, serta pihak terkait yang telah bersedia bekerja sama dalam menjalankan program kerja dan mendukung selama proses pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Astianta Bukit, R. F., Gabby, G., Irvan, & Fahmi. (2019). PEMBUATAN WEBSITE KATALOG PRODUK UMKM UNTUK. *JURNAL PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, 229 - 236.
- DA Putri, AS Putra, RJH Raharjo, N Hariyana (2022) Sosialisasi Dan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Kepada Kelompok Sadar Wisata Di Kampung Jawi Surabaya. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i2.20233>
- Hariyana, N. (2022) Dampak Marketing Digital Online Pada Keputusan Pembelian Produk UMKM, *Prosiding Snapan*, <https://doi.org/10.33005/senapan.v2i2.190>.
- Hariyana, N., G oka Warmana (2023). Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Media Sosial Pada UMKMDi Tanggulangin Sidoarjo, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/796>
- Lusianti, L. P. (2012). Model Diplomasi Indonesia Terhadap UNESCO Dalam. *Jurnal Transnasiona*, 19.
- N Majid, NIK Wardani, Hariyana, N. (2022) Empowerment Of Besek Bamboo Crafts In Coastal Communities, Kasiyan Village, Puger District, Jember Regency. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i2.16598>
- Rafsyjanjani, G. M., & Fauzi, A. (2022). PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS WEBSITE. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 115 - 120.

- Riyanto, A. D. (2015, December). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)* (Vol. 1, No. 1).
- Handayani, S. P. M., & Purnama, B. E. (2013, March). Pembuatan website e-commerce pada distro java trend. In *Seruni-Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer* (Vol. 2, No. 1).
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online (online marketing strategy) terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 125.