


Implementasi Website Penjualan Bagi Pelaku UMKM Desa Napan – Bikomi Utara

¹Yovinia Carmeneja Hoar Siki*, ²Donatus Joseph Manehat, ³Emerensiana Ngaga, ⁴Yulianti Paula Bria

¹Ilmu Komputer, Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia

^{2,3,4}Ilmu Komputer, Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia

Email Corresponding: yoviniacarmeneja@unwira.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: UMKM Produk lokal Desa Napan Website Penjualan Pandemi covid	Program PKM ini diadakan sebagai upaya untuk membantu pelaku UMKM Desa Napan – Bikomi Utara dalam memasarkan produknya tidak hanya secara konvensional tetapi fleksibel melalui penjualan online. Adapun hasil – hasil yang dijual berupa cemilan, jamu, tenunan, anggur pisang dan madu. Diketahui bahwa jamu dan anggur pisang serta madu yang dihasilkan memperlancar peredaran darah dan mengatasi susah tidur. Selama ini, proses pemasaran bersifat konvensional, penjualan berdasarkan titip jual dan <i>cash</i> , belum memanfaatkan teknologi komputer sebagai sarana pemasaran produk. Akibatnya area pemasaran sangat terbatas (lokal), yaitu terbatas pada wilayah propinsi Nusa Tenggara Timur pada event pameran. Ini mengakibatkan penjualan yang kurang efektif ditambah lagi di masa pandemi tidak dilakukan pameran sehingga pelaku UMKM tidak pernah memasarkan hasil penjualannya. Untuk itu, dilakukan sebuah pengabdian untuk mengatasi kendala tersebut dengan membuat sebuah website penjualan sehingga dapat diimplementasikan. Hasil kegiatan PKM yang dilakukan meningkatkan pemahaman dan keinginan menggunakan website penjualan adalah 100 %. Namun, hasil kuisioner pendampingan penggunaan website penjualan bagi pelaku UMKM di Desa Napan – Bikomi Utara menunjukkan kebutuhan pendampingan selama 6 bulan agar implementasi website yang telah dirancang bangun dapat berguna dan meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui ekonomi kreatif.
Keywords: UMKM Local products Napan Village Sales Website Covid pandemic	ABSTRACT <p>This PKM program was held as an effort to help UMKM actors in Napan Village - North Bikomi to sale their products not only conventionally but flexibly through online sales. The products sold include snacks, herbal medicine, weaving, banana wine and honey. It is known that herbal medicine, banana wine and honey can improve blood circulation and overcome insomnia. So far, the marketing process has been conventional, sales based on entrustment and cash, without utilizing computer technology as a means of marketing products. As a result, the marketing area is very limited (local), namely limited to the East Nusa Tenggara province area at exhibition events. This resulted in less effective sales, especially during the pandemic, there were no exhibitions so that UMKMs never sales their products. For this reason, a dedication was carried out to overcome these obstacles by creating a sales website so that it could be implemented. The results of the PKM activities carried out increased understanding and desire to use the sales website by 100%. However, the results of the questionnaire on assistance in using sales websites for UMKMs in Napan Village - North Bikomi show the need for assistance for 6 months so that the implementation of the website that has been designed can be useful and improve people's standard of living through the creative economy.</p> <p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> 

I. PENDAHULUAN

Desa Napan merupakan sebuah desa di pintu perbatasan Negara Timor Leste bagian barat (*District Oecusse*). Terletak di kabupaten Timor Tengah Utara kecamatan Bikomi Utara. Umumnya mata pencaharian penduduk di Kecamatan ini adalah petani. Selain bertani sebagian Ibu rumah tangga bekerja sampingan sebagai pengrajin tenun, baik tenun ikat (futus) maupun songket (Sotis). Berbagai upaya telah diadakan oleh pemerintah setempat dengan mendirikan UMKM (Usaha Menengah Kecil Mikro). Namun, UMKM – UMKM ini tidak berjalan semestinya dan macet. UMKM ini akan aktif jika dibutuhkan yaitu saat pameran. Ini

mengakibatkan UMKM ini kurang dikenal dan produk pertanian yang dihasilkan tidak diproduksi secara berkesinambungan. Ini mengakibatkan kehidupan ekonomi masyarakat yang kurang sehat.



Gambar 1. Situasi Kantor Desa Napan

Program pengabdian masyarakat ini diadakan sebagai suatu upaya membantu UMKM - UMKM yang sudah ada untuk memasarkan produknya tidak hanya secara konvensional tetapi fleksibel melalui penjualan online. Adapun hasil – hasil yang dijual berupa cemilan, jamu, tenunan, anggur pisang dan madu. Diketahui bahwa jamu dan anggur pisang serta madu yang dihasilkan memperlancar peredaran darah dan mengatasi susah tidur.



Gambar 2. Produk Pertanian dan Kerajinan

Selama ini proses pemasaran bersifat konvensional, penjualan berdasarkan titip jual dan *cash*, belum memanfaatkan teknologi komputer sebagai sarana pemasaran produk. Akibatnya area pemasaran sangat terbatas (lokal), yaitu hanya terbatas pada wilayah propinsi Nusa Tenggara Timur pada event pameran. Ini mengakibatkan penjualan yang kurang efektif ditambah lagi di masa pandemi ini tidak dilakukan pameran sehingga pelaku UKM tidak pernah memasarkan hasil penjualannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelaku UKM disebutkan bahwa sebelum pandemi omset yang diperoleh pada tahun 2010 adalah Rp.2.000.000, pada tahun 2016 – tahun 2018 berkembang menjadi Rp.100.000.000 dengan jumlah omset perbulan rata – rata Rp.10.000.000. Pada tahun 2019 omset menurun menjadi sekitar Rp.15.000.000 karena terkendala pandemi. Pada tahun 2020 – 2021 omset yang diperoleh hampir tidak ada sama sekali karena tidak adanya proses penjualan. Tahun 2022 omset kembali ada yaitu sebesar Rp. 20.000.000 karena mulai beroperasi. Berbagai upaya telah dilakukan melalui promosi media masa namun terkendala karena kurangnya pengetahuan akan manajemen promosi media masa dan hanya dilakukan pada *whats app* atau *facebook* melalui fasilitas tandai orang (Anton, 2023).

Penjualan online marak dilakukan dan memudahkan di jaman teknologi ini. Implementasi penjualan online mencakup semua lini penjualan salah satunya produk UMKM. Dalam penjualan produk UMKM, berbagai website penjualan telah dikembangkan dan diimplementasikan dalam berbagai penelitian yang telah dipublikasikan (Mery Efriyanti, 2018), (Indah Kusuma Dewi, p. 2018), (Dedy Harto, 2019), (Renny Sari Sisfor, 2019), (Risald, 2021)). Selain memanfaatkan website penjualan, media sosial juga dapat dijadikan alternatif dalam penjualan produk (Ajib Susanto, 2020), (Endah Fantini, 2021),).

Oleh karena itu dilakukan sebuah kegiatan pengabdian dengan tujuan untuk meningkatkan omset pelaku UMKM dengan mengimplementasikan sebuah website penjualan. Ini memudahkan pelaku UKM lebih mudah memasarkan produknya. Diharapkan melalui program pengabdian masyarakat ini membantu UKM – UKM yang ada dan masyarakat pada umumnya dalam peningkatan taraf hidup melalui ekonomi kreatif.

II. MASALAH

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan mengacu pada beberapa permasalahan mitra diantaranya :

1. Penjualan produk dilakukan secara konvensional.
2. Kontrol operator terhadap perkembangan UMKM sulit dilaksanakan dan membutuhkan waktu dan tenaga.

Kegiatan PKM dilakukan di Desa Napan, Kecamatan Bikomi Utara.



Gambar 3. Gambar Denah Lokasi Pengabdian

III. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap sesuai dengan solusi yang ditawarkan dan dijabarkan sebagai berikut.

1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan untuk mempersiapkan program penyuluhan dan pelatihan. Pada tahap ini akan diberikan program kerja dan jadwal pelaksanaan kegiatan sehingga kegiatan dapat terlaksana secara teratur dan terarah. Selain itu juga dipersiapkan modul pelatihan dan koordinasi kesiapan lapangan dan peserta. Pada tahap persiapan juga dilakukan kesepakatan akan jumlah peserta yang akan mengikuti kegiatan pengabdian.

2) Tahap pelaksanaan

a. Sosialisasi / penyuluhan

Dilakukan untuk menjelaskan dan memberikan pemahaman tentang kegunaan website penjualan dan juga etika melakukan promosi di media sosial maupun website penjualan. Pada tahap ini dilakukan pre test pemahaman tentang website penjualan untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta pelatihan sebelum mengikuti pelatihan penggunaan aplikasi.

b. Pelatihan

Pelatihan yang dilakukan adalah praktek secara langsung penggunaan website penjualan meliputi pembuatan akun, penambahan produk, konfirmasi penjualan dan proses pengiriman. Ini merupakan kelanjutan dari sosialisasi atau penyuluhan.

3) Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan memberikan post test pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Dari post tes ini diketahui keberhasilan kegiatan pengabdian. Ini diharapkan agar dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilakukan bertahap berdasarkan tahapan pada metode pelaksanaan kegiatan yaitu dimulai dari persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Secara lengkap diberikan pelaksanaan dan hasil kegiatan sebagai berikut.

1) Persiapan

Persiapan dilakukan dengan kunjungan awal ke lokasi kegiatan dengan maksud agar diperoleh target pengabdian yang sesuai sehingga dapat dilakukan persiapan materi penyuluhan dan pelatihan. Pada tahap ini juga disepakati waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan serta peserta yang akan mengikuti kegiatan

pengabdian. Materi yang dipersiapkan terdiri dari 3 materi yaitu: pengenalan dan kegunaan website penjualan; etika penjualan online; modul pelatihan penggunaan website penjualan. *Rundown* kegiatan pun ditentukan dan disepakati pada tahap ini yaitu terdiri dari 2 sesi yaitu sesi pengenalan dan pelatihan.

2) Tahap Pelaksanaan

Pengenalan dan pelatihan penggunaan website penjualan merupakan sebuah kegiatan pengabdian untuk mengimplementasikan hasil penelitian. Bertempat di aula kantor Desa Napan Kecamatan Bikomi Utara pada tanggal 25 November 2023 kegiatan ini dilaksanakan. Dihadiri oleh Camat Bikomi Utara dan Kepala Desa Napan, Tes dan Sainoni serta para pelaku UMKM yang berdomisili di ketiga desa tersebut. Total peserta kegiatan adalah 20 orang terdiri dari 10 orang pelaku UMKM, 5 orang pengelola bumdes, 3 orang kepala desa dan 1 orang camat. Kegiatan ini terlaksana dalam dua sesi yaitu sesi pengenalan dan pelatihan penggunaan website penjualan. Pengenalan dilakukan dengan memberikan ceramah tentang pengenalan dan kegunaan website penjualan, dan etika penjualan online.

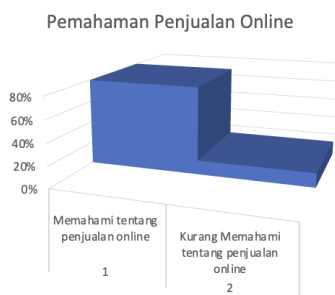
Setelah sesi pengenalan dilakukan *pre-test* untuk mengetahui pemahaman peserta sebelum mengikuti pelatihan penggunaan website penjualan. Pelaksanaan *pre-test* dilakukan setelah kegiatan pengenalan mengingat pelaku UMKM belum pernah mengetahui tentang website penjualan. Soal *pre – test* yang diberikan mencakup pemahaman penggunaan website penjualan, mudah dan sulitnya menggunakan website penjualan serta manfaat penggunaan website penjualan.

Dari hasil *pre – test* yang dilakukan terhadap 20 orang peserta diperoleh hasil peserta yang belum pernah mengikuti pelatihan penjualan online menggunakan website penjualan 0 %, pelatihan penjualan melalui media sosial 1 kali 60 % sisanya pernah mengikuti lebih dari 1 kali menggunakan media sosial yaitu 40 %



Gambar 4. Hasil *Pre-Test* pernah mengikuti pelatihan website penjualan

Untuk pemahaman peserta tentang apa itu penjualan online diperoleh hasil 87% memahami dan sisanya 13 % sedikit memahami.



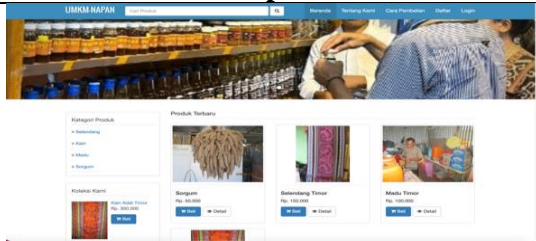
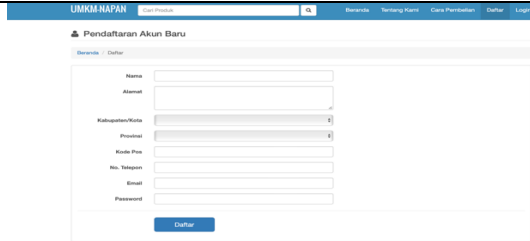
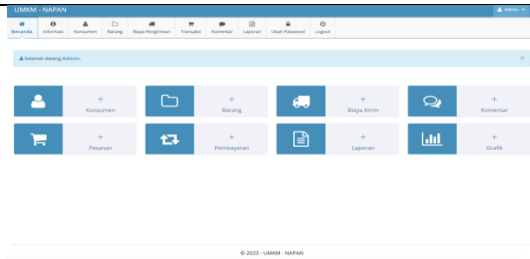
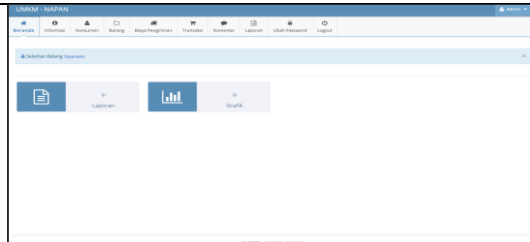
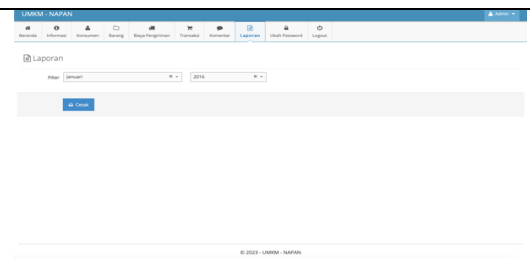
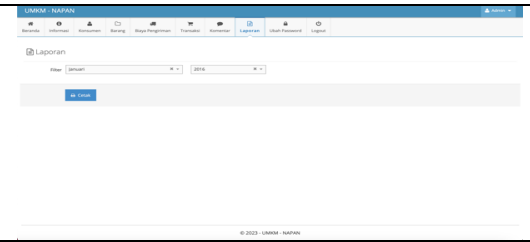
Gambar 5. Hasil *Pre-Test* pemahaman tentang penjualan online

Kegiatan dilanjutkan dengan sesi kedua yaitu pelatihan penggunaan website penjualan. Pelatihan dimulai dengan demo aplikasi dan penjelasan kegunaan menu – menu website penjualan. Pada sesi pelatihan dilakukan pendampingan penggunaan aplikasi mulai dari mendaftar akun sampai pada akhir transaksi jual beli yaitu pengiriman barang.

Tampilan Website Penjualan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini merupakan implementasi dari hasil penelitian pelaksana PKM. Berikut diberikan tampilan – tampilan halaman website yang dirancang bangun.

Tampilan Website Penjualan

Tabel 1. Tampilan Halaman Website

No	Halaman Website	Gambar Tampilan Halaman
1	Halaman Beranda	
2	Tampilan Pendaftaran Pembeli	
3	Tampilan Admin UMKM	
4	Tampilan Operator UMKM	
5	Laporan Penjualan	
6	Laporan Kemajuan UMKM	

3) Tahap Evaluasi

Peningkatan pemahaman dan pengetahuan akan website penjualan serta keinginan peserta untuk menggunakan website penjualan dilakukan evaluasi dengan memberikan *post test*. Soal *post test* yang diberikan mencakup pemahaman peserta akan mudah dan sulitnya menggunakan website penjualan dan manfaat penggunaan website penjualan.

Hasil *post-test* untuk mengetahui pemahaman peserta akan materi yang disampaikan diperoleh hasil 100 % kegiatan pelatihan menarik.



Gambar 6. Hasil *Post Test* Pemahaman materi pelatihan

Hasil *post-test* untuk mengetahui manfaat dan minat peserta untuk menggunakan website penjualan yang akan diimplementasikan menunjukkan 100 % peserta akan menggunakan aplikasi tersebut.



Gambar 7. Hasil *Post-Test*

Selain mengetahui pemahaman, manfaat dan keinginan peserta menggunakan website penjualan juga dilakukan *quisioner* keberlanjutan PKM melalui kegiatan pendampingan diperoleh hasil 100 % peserta setuju untuk mendapatkan pendampingan selama 6 bulan.



Gambar 8. Hasil *Quisioner* keberlanjutan Kegiatan

Dengan demikian perlu dilakukan kegiatan pendampingan sehingga admin pelaku UMKM dan Operator kecamatan dapat menggunakan aplikasi secara mahir dan berkelanjutan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan PKM ini adalah kegiatan PKM yang dilakukan meningkatkan pemahaman dan keinginan menggunakan website penjualan adalah 100 %. Selain itu, hasil *quisioner* pendampingan penggunaan website penjualan bagi pelaku UMKM di Desa Napan – Bikomi Utara membutuhkan pendampingan selama 6 bulan agar implementasi website yang telah dirancang bangun dapat berguna dan meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui ekonomi kreatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada LPPM Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah mendanai kegiatan PKM dan juga kepada Perangkat Desa Napan dan masyarakat Desa Napan yang telah bersedia menjadi mitra PKM dan menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonius Anton. (2023). Wawancara langsung. Kefamenanu, Napan – Bikomi Utara. (No. HP. 081239524548)
- (Ajib Susanto, 2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat Dian Nuswantoro*, 3(1), 42-51. <http://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/view/64>
- (Indah Kusuma Dewi, 2021). Analisis dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UMKM Tiara Cakery Batam. *Jurnal Responsive Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik Universitas Ibnu Sina*, 2(2), 29-38
- (Mery Efriyanti, 2018). Analisis Implementasi Electronic Commerce Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Butik Mery Berbasis Web Mobile. *Jurnal signaling STMIK Pringsewu*, 7(1), 45-51. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1678663&val=18226&title=ANALISIS%20IMPLEMENTASI%20ELECTRONIC%20COMMERCE%20UNTUK%20MENINGKATKAN%20OOMSET%20PENJUALAN%20BUTIK%20MERY%20BERBASIS%20WEB%20MOBILE>
- (Dedy Harto, 2019). Penerapan Internet Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan pada UMKM. *JPPM : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 39-45. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JPPM/article/view/3033/2434>
- (Renny Sari Sisfor, 2019). PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM E-COMMERCE PADA UMKM BATIK DI KABUPATEN JOMBANG. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36-43. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2061>
- (Risald, 2021). Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Pada Usaha Ukm Ike Suti Menggunakan Metode Waterfall. *JITU : Jurnal of Information and Technology Unimor*, 1(1), 37-42. <http://jurnal.unimor.ac.id/JITU/article/view/1393>
- (Endah Fantini, 2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 1(2), 126–131. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/18>
- (Nurhayati, 2021). Analisis Digitalisasi Pemasaran Berbasis Sosial Media untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan*, 24(1), 66-74. <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi/article/view/1390/985>
- (Susanto, et al., 2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.64>
- (Darnis & Agramanisti, 2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (*e-Commerce*) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019, *SINDIMAS 2019 STMIK Pontianak*, 29 Juli 2019
- (Aulianita, et al., 2022). Mengembangkan Penjualan UMKM Alby Key dengan Web *E-Commerce*. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI Universitas Muhadiyah Riau*, Vol.6 No.1, Mei 2022. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v6i1.3544>
- (Suharto, et al., 2017). Pelatihan Pengelolaan Website Toko *Online* Bagi Ukm Di Kawasan Pasar Tradisional Klewer Surakarta Sebagai Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea). *Demandia*, Vol. 2 No. 2 (September 2017): 229-245