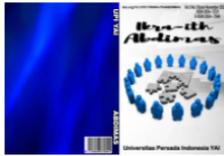


Home / Archives / Vol 3 No 3 (2020): IKRAITH-ABDIMAS VOL 3 NO 3 BULAN NOVEMBER 2020



IKRAITH-ABDIMAS VOL 3 NO 3 BULAN NOVEMBER 2020

DOI: <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v3i3>

Published: 2020-11-10

Articles

Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Usaha Bagi Pengrajin Bonggol Jagung Desa Sarirejo Pati

Sri Mulyani, Budi Gunawan, Mukhammad Nurkamid

1-6

**Rancang Bangun Perangkat Telemetri Sebagai Deteksi Dini Kebakaran Hutan Di Desa Dayun Kabupaten Siak**

Diki Arisandi, Amir Syamsuadi, Tengku Fahrul Gafar, Seri Hartati, Muhammad Fajar Anugerah

7-11

**PKMS MIS Al-Djamiatul Washliyah Dusun I Pauh Kecamatan Hamparan Perak**

Suardi Suardi, Rani Rahim, Suhariyanti Suhariyanti

12-18

**Teknologi Filter Air Bersih Mengurangi Beban Ekonomi Masyarakat Kelurahan Muara Fajar Barat**

Sukri *, Rahmat Tisnawan, Siti Juariah

19-25

**PKM Pemberdayaan Kompetensi Sosial dan Kepribadian Guru dalam Penguatan Pendidikan Karakter Siswa**

Harlinda Syofyan, Ratnawati Susanto, Ritta Setiyati, Vebryanti Vebryanti

26-33

**Pembinaan Masyarakat Peduli Api Sebagai Bentuk Partisipasi Warga Desa Dayun Dalam Menangani Bencana Kebakaran Lahan**

Diki Arisandi, Amir Syamsuadi, Tengku Fahrul Gafar, Seri Hartati, Muhammad Fajar Anugerah

34-37

**Memfaatkan Kolong Rumah Panggung Sebagai Inovasi Kumbung Jamur Tiram Di Desa Bonto Masunggu**

Iwan Perwira, Hernita Hernita, Mukhtar Galib, Achmad Anzhari

38-45

**Pemanfaatan Barang Bekas Dengan Decoupage Untuk Menumbuhkan Industri Kreatif Di Kelurahan Cipinang Melayu Jakarta Timur**

Ajeng Septiana Wulansari, Shinta Widyastuti, Ria Astriratma

46-54

**Penyuluhan dalam Mewujudkan Rumah dan Lingkungan Tetap Sehat dengan Kehadiran Rumah Tinggal Usaha Di Hunian Padat Kota**

Siti Sujatini, Eulis Puspita Dewi, Henni Henni

55-65

**Program "Guru Siap Berdaring" Guru-Guru MI Wonokalang Sidoarjo Dalam Menghadapi Pembelajaran Di Masa Pandemi Covid-19**

Masyitah Noviyanti, Athika Dwi Wiji Utami, Arie Widya Murni

66-71



Statistik Pengunjung

Visitors



FLAG counter

00139598



| |
|--------------------|
| EDITORIAL TEAM |
| AUTHOR GUIDELINES |
| FOCUS & SCOPES |
| PUBLICATION ETHICS |
| ARTICLE TEMPLATE |

Language

Bahasa Indonesia

English

Information

For Readers

For Authors

For Librarians

penyusunan dan simulasi dalam proses penerbitan izin usaha mikro dan kecil (UMKM) bagi masyarakat keuraban Paseban sebagai Lanjutan Program Kewirausahaan Terpadu (PKT) Pemda DKI

Eulis Puspita Dewi, Siti Sujatini, Henni Henni

72-78



Diseminasi Pembelajaran Energi Terbarukan Turbin Angin Pada Masyarakat di Desa Kiama Kepulauan Talaud

Meita Rumbayan

79-83



Pemanfaatan Aplikasi Penjualan dan Stok Barang untuk Pengrajin Perkakas Rumah Tangga Berbahan Aluminium

Hendra Hadiwijaya, Febrianty Febrianty

84-90



Pembentukan Pos Edukasi PTM (Penyakit Tidak Menular) di Puskesmas Cikulur

Rafiah Maharani Pulungan, Ulya Qoulan Karima

91-96



Aplikasi Manajemen Masjid Nurul Muttaqien Desa Jatisawit Lor

Kurnia Adi Cahyanto, A. Sumarudin, Ahmad Lubis Ghozali, Didi Abdillah, Ayu Amaliyah

97-101



Social Media Marketing Sebagai Sarana Peningkatan Kualitas Pemasaran Komunitas UMKM Paroki St. Antonius Kotabaru Yogyakarta

Clara Hetty Primasari, Yohanes Priadi Wibisono, Thomas Quincy Padawangi

97-101



Pembangunan Dan Pelatihan Website Toko Online Untuk Mendukung Pemasaran Dan Promosi Umkm Yogyakarta

Y Priadi Wibisono, D Yudistya Wardhana

112-119



Sosialisasi Gerakan Cuci Tangan dengan Media Audio Visual sebagai Pencegahan Covid-19 di PAUD Srikandi

Vina Mahdalena, Lusia Handayani

120-129



Pendampingan Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku UMKM Kota Semarang

Novita Mariana, Agus Prasetyo Utomo, Purwatiningtyas Purwatiningtyas, Fitika Andraini

130-136



Optimalisasi Pemanfaatan Pekarangan Untuk Pemberdayaan Pangan Mandiri Berbasis Teknologi Hidroponik

Bramantiyo Eko Putro, Nabila Amiratu Sopyan

137-146



Produksi Asinan Mantap Membara (ASMARA) dan Makaroni Nikmat Pedas (KANDAS) sebagai Bentuk Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Pandemi Covid-19

Bramantiyo Eko Putro, Mega Putrika Riandini

147-154



PENGEMBANGAN JASA CUCI KENDARAAN PANGGILAN YANG TERINTEGRASI DENGAN APLIKASI WEB DAN MOBILE

Muhammad Anis Al Hilmi, Adi Suheryadi, Eka Ismantohadi, Wahyu Hermawan, Sudiroh Sudiroh

155-163



Pembinaan Strategi Membangun Wirausaha Berbasis Green Marketing Bagi Siswa SMKN 49 Jakarta Utara

Sandy Permata

164-168



Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus)

Hadion Wijoyo, Haudi Haudi, Aris Ariyanto, Denok Sunarsi, Mada Faisal Akbar

169-175



Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan di Era Digital Melalui Perangkat Lunak Akuntansi Pada SMK Triguna 1956

Reni Hariyani, Iis Torisa Utami, Eny Retnoningrum, Tio Prasetyo

176-182



Penyuluhan Osteoarthritis Lutut Pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Sirnagalih Jonggol Jawa Barat

Feda Anisah Makkiyah, Yuni Setyaningsih

183-188



Penggunaan Media Sosial Sehat Untuk Mencegah Gangguan Mental

Ratu Nadya W, Ratu Laura M.B.P, Windhi T. Saputra

189-197



Peningkatan Kemampuan Kelompok Tani Hutan Hijau Cipruk Sebagai Pramuwisata Pada Materi Amfibi Di Desa Gekbrong

Agus Pambudi Dharma, Roslaini Roslaini

198-201



Tingkat Ketertarikan Siswa Sekolah Menengah Atas Dalam Proses Pembuatan Hidroponik

Agus Pambudi Dharma, Meltiyani Meltiyani

202-205



Konsep Pengembangan Inovasi Simping, dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Sukasirna, Kecamatan Sukaluyu, Kabupaten Cianjur

Akhmad Sutoni, Dwi Indrawati

206-215



Simulasi Digital Marketing kepada Peserta Webinar di Jakarta untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Posma Sariguna Johnson Kennedy, Emma Tampubolon, Rutman Lumbantoruan, Winri Veronica, Alda Petrina Charity, Christy Natalia Parapat

216-220



Pembentukan Tim Desa Tangguh Bencana Berbasis Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid 19

Fathinah Ranggauni Hardy, Rafiah Maharani Pulungan, Putri Permatasari

221-227



Pembinaan Usaha dan Kualitas Warga Binaan Sosial di Panti Sosial Bina Daksa Budi Bhakti Jakarta

Rilla Sovitriana, Maya Syafriana Effendi, Endri Sentosa

228-236



Jurnal iKRAITH-ABDIMAS terindeks



Platform &
workflow by
OJS / PKP

Home / Editorial Team

Reviewer

Prof.Dr.Ir.Agus Djoko Santosa, SU (<https://scholar.google.co.id/citations?user=bEzmlN8AAAAJ&hl=id>)
(<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6028335&view=overview>)

Dr. Sularso Budilaksono.MKom (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=vj4pbeUAAAAJ>)
(<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6006412&view=overview>)

Dr. Kuncono Teguh Yudianto, Spsi. Mpsi. (<https://scholar.google.co.id/citations?user=HUsLDJMAAAA&hl=en>)
(<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6159740&view=overview>)

Dr. Hadi Sutopo, MMSI (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=bKLoZpsAAAAJ>)

Chief in Editor

Dr. Rilla Sovitriana, Spsi. MPsi (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=LOkYswoAAAAJ>)
(<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6139565&view=overview>)

Editor

Dr. Dewi Lestari

Sarpan, SAg. MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=MU75560AAAAJ&hl=en>)
(<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6701791&view=overview>)

Statistik Pengunjung



00139601



| |
|--------------------|
| EDITORIAL TEAM |
| AUTHOR GUIDELINES |
| FOCUS & SCOPES |
| PUBLICATION ETHICS |
| ARTICLE TEMPLATE |

Language

- Bahasa Indonesia
- English

Information

- For Readers
- For Authors
- For Librarians

Jurnal IKRAITH-ABDIMAS terindeks



Pembangunan Dan Pelatihan Website Toko Online Untuk Mendukung Pemasaran Dan Promosi Umkm Yogyakarta

Y Priadi Wibisono¹, D Yudistya Wardhana²

^{1,2}Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl Babarsari no 44 Sleman Yogyakarta

E-mail : priadi.wibisono@uajy.ac.id ¹, yudistya.wardhana@uajy.ac.id ²

ABSTRAK

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta terus mengalami peningkatan setiap tahun. Data statistik Bappeda DIY menunjukkan peningkatan jumlah UMKM di Yogyakarta dari tahun ke tahun mulai tahun 2015 sebanyak 230.047 UMKM menjadi 262.560 pada tahun 2019. Di tengah berkembangnya UMKM di Yogyakarta yang menjanjikan ini, ternyata belum banyak pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran, dan promosi. Keterbatasan pengetahuan akan teknologi informasi dalam memanfaatkan website sebagai toko online inilah sehingga konsep pengabdian pada masyarakat ini disusun. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menasar UMKM dengan sampel beberapa mitra, yaitu UMKM Hobi Sulam kerajinan sulam Jatimulyo Baru, Rumi Batik di Resonegaran dan Kado Karikatur Yogyakarta. Kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu empat bulan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan kepada UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Teknologi informasi yang akan digunakan adalah sistem informasi website. Diharapkan dengan pemasaran dan promosi menggunakan media website sebagai toko online dapat meningkatkan daya saing dalam mempromosikan produk dan penjualan para pelaku UMKM.

Kata kunci : UMKM, website, promosi, teknologi informasi

ABSTRACT

The development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the Special Region of Yogyakarta continues to increase every year. DIY Bappeda statistical data shows an increase in the number of MSMEs in Yogyakarta from year to year starting in 2015 by 230,047 MSMEs to 262,560 in 2019. In the midst of the promising development of MSMEs in Yogyakarta, apparently there are not many MSMEs that utilize information technology as a means of marketing and promotion. The limited knowledge of information technology in utilizing the website as an online store is so that the concept of community service is arranged. This community service activity targets MSMEs with a sample of several partners, namely MSMEs, Hobbies, Embroidery, Jatimulyo Baru embroidery, Rumi Batik in Resonegaran and Gift Caricature in Yogyakarta. This activity is carried out within a period of four months. The purpose of this activity is to provide training to MSMEs so that they can utilize information technology to market and promote their products. The information technology that will be used is a website information system. It is expected that marketing and promotion using website media as an online store can increase competitiveness in promoting products and sales of SMEs.

Keyword : MSMEs, website, promotion, information technology

1. PENDAHULUAN

Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, budaya, pariwisata, dan kota kreatif. Banyak objek-objek wisata seperti wisata alam, sejarah, budaya, pendidikan, dan lain-lain yang terdapat di kota ini. Selain itu banyak juga industri-industri kreatif yang berkembang sebagai pelengkap wisata. Objek-objek wisata dan hasil industri kreatif berupa oleh-oleh tersebut menjadi magnet yang kuat bagi para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Tingginya wisatawan memicu bertumbuhnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data statistik Bappeda DIY menunjukkan peningkatan jumlah UMKM di Yogyakarta dari tahun ke tahun mulai tahun 2015 sebanyak 230.047 UMKM menjadi 262.560 pada tahun 2019. Selain karena jumlah objek wisata di Yogyakarta yang semakin bertambah, peningkatan ini juga didukung banyaknya industri kreatif tumbuh menyajikan berbagai variasi oleh-oleh khas jogja seperti souvenir, kerajinan sulam dan batik yang membuat masyarakat pada umumnya dan remaja pada khususnya semakin tertarik untuk berwisata.

Yogyakarta terkenal dengan kreatifitasnya. Salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta adalah Batik. Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang mulai mendunia, dan telah dipatenkan menjadi produk seni budaya Indonesia pada tahun 2009 oleh UNESCO. Selain batik, oleh-oleh hasil kreatifitas juga banyak berkembang sebagai industri rumah tangga seperti Sulam dan Karikatur. Industri kreatif ini merupakan suatu peluang usaha yang patut dilirik di tengah maraknya ide usaha dagang yang beragam. Ditambah lagi dengan Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, budaya, pariwisata dan kreatif membuat pasar dari penjualan produk-produk kreatif ini menjadi lebih luas dan terjangkau karena mayoritas

penggemar produk-produk ini adalah wisatawan domestik maupun internasional.

UMKM adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Anggraeni, Hardjanto, & Hayat, 2013). UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Peranan UMKM dapat dilihat dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% dan juga sangat besar jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada, sehingga memiliki bagian yang cukup signifikan dalam jumlah nilai ekspor total, yang mencapai 18,72% (Niode, 2009).

Sejak krisis moneter tahun 1997, pemulihan ekonomi nasional diselamatkan berkat peranan dari UMKM. UMKM berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja karena dapat menjadi salah satu alternatif penyediaan lapangan kerja baru. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menggunakan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Kelebihan UMKM di Indonesia adalah kemampuan menyerap tenaga kerja yang masih menganggur dalam jumlah banyak, selain itu UMKM mampu memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang potensial di suatu daerah yang belum diolah secara komersial (Kurniawan & Fauziah, 2014).

Perkembangan teknologi saat ini juga sudah semakin pesat. Masyarakat modern saat ini tidak lepas dari penggunaan Teknologi Informasi. Salah satunya teknologi internet yang semakin berkembang karena kemudahan akses

dan penggunaannya. Perkembangan Internet telah mengubah dunia terutama dalam praktik komunikasi menjadi lebih efektif (Petrovici, 2014). Website sebagai salah satu media alternatif yang bisa dilakukan oleh pengusaha, perorangan atau pemerintah dalam memberikan informasi atau promosi. Bagi banyak perusahaan, website menjadi saluran iklan utama untuk menjangkau pelanggan yang potensial (Koch & Benlian, 2015). Belum banyak pelaku bisnis UMKM yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana promosi dan informasi khususnya di bidang UMKM. Terbatasnya pengetahuan akan teknologi informasi inilah yang membuat pelaku bisnis hanya memakai teknologi informasi sebatas pada media sosial yang mereka gunakan dengan fasih. Media sosial tersebut antara lain Instagram, Twitter, Facebook, dan lain-Lain.

2. PERMASALAHAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas diatas, maka disusunlah konsep Pengabdian Masyarakat untuk memberikan solusi dalam bentuk promosi secara digital bagi UMKM selaku pelaku bisnis yaitu Rumi Batik, Hobi Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Yogyakarta. Pemilik usaha akan dibuatkan situs web sebagai sarana promosi sekaligus diberi pengetahuan dan pelatihan dalam mengadministrasi situs web tersebut untuk mempromosikan dagangannya. Dengan dibangunnya situs web diharapkan dapat membangun citra usaha dagang ini menjadi lebih terpercaya dan bonafit sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen sekaligus membantu pemilik dalam pemberian informasi kepada konsumen tentang produk yang dijual beserta harganya. Sebagai pihak akademis yang juga memiliki tugas untuk memberikan edukasi kepada masyarakat luas, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam hal ini Program Studi Sistem

Informasi mempunyai tanggung jawab untuk dapat mengedukasi masyarakat khususnya UMKM tentang promosi dengan menggunakan teknologi informasi.

3. METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang telah disebutkan diatas berupa pembangunan dan pelatihan situs website untuk mitra UMKM. Kegiatan ini diadakan untuk menjawab permasalahan pada aspek edukasi, ekonomi dan aspek budaya. Materi pelatihan mencakup:

- a) Pengetahuan tentang website
- b) Manfaat penggunaan website
- c) Cara promosi menggunakan website
- d) Bagaimana menggunakan website
- e) Bagaimana melakukan update informasi melalui website

Peran mitra di sini adalah sebagai peserta pelatihan, penyedia data yang dibutuhkan, serta sebagai pengguna output pengabdian berupa website. Peserta pelatihan ini adalah UMKM Rumi Batik, Hobi Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Yogyakarta (Imamgift.art). Pengumpulan data akan dilakukan dengan model observasi, wawancara dan diskusi. Kebutuhan data akan digunakan untuk membangun website agar sesuai dengan keinginan mitra UMKM. Setelah pembangunan website selesai, akan dilakukan pendampingan pelatihan agar mitra dapat menggunakan sistem secara mandiri.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi 3 tahapan yaitu tahap Persiapan, tahap Pelaksanaan, dan tahap Pelaporan. Rincian kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan dan Luaran Kegiatan

| No | Kegiatan | Luaran |
|--------------------------|--|--|
| Tahap Persiapan | | |
| 1 | Menyiapkan rencana kerja secara detail | Dokumen rencana kerja |
| 2 | Mempersiapkan materi untuk pengumpulan data | Dokumen materi informasi yang akan didapatkan dari mitra |
| 3 | Mempersiapkan materi-materi untuk pelatihan setelah website selesai dibangun | Materi penyuluhan |
| Tahap Pelaksanaan | | |
| 4 | Membangun sistem Website | Sistem Website |
| 5 | Menyusun Katalog Produk | Katalog Produk |
| 6 | Melakukan uji coba sistem Website | Hasil uji coba sistem website |
| 7 | Memberikan pelatihan ke mitra tentang penggunaan sistem Website | Pengetahuan mengenai penggunaan sistem Website |
| Tahap Pelaporan | | |
| 8 | Penyusunan laporan akhir | Laporan Pengabdian Masyarakat |
| 9 | Membuat Artikel publikasi | Artikel Publikasi |

Pengembangan media pemasaran dan promosi menggunakan website untuk UMKM dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *prototyping*. Gambar 1 menerangkan model *prototype* menurut Roger S Pressman.



Gambar 1. Model *Prototype* Menurut Roger S Pressman (Sommerville, 2011)

Terdapat 3 tahap dalam pengembangan menggunakan Model *prototype* menurut Roger S Pressman, tahapannya adalah :

1. Mendengarkan Mitra UMKM

Pada tahap ini dilakukan observasi dan interview untuk mengumpulkan data serta kebutuhan dari para pelaku UMKM yang akan diimplementasikan pada website. Untuk membuat sistem sesuai dengan kebutuhan, maka harus diketahui terlebih dahulu, bagaimana proses bisnis yang sedang berjalan sehingga dapat diketahui masalah yang terjadi.

2. Membangun dan Membuat *Prototype*

Pada tahap ini dilakukan perancangan dan pembuatan *prototype* website. *Prototype* website yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan sistem yang telah didefinisikan sebelumnya dari hasil analisa kebutuhan dengan mitra UMKM

3. Uji Coba Sistem

Pada tahap ini *prototype* dari website diuji coba dan digunakan oleh mitra UMKM secara langsung. Kemudian dilakukan evaluasi apakah sudah sesuai dengan kebutuhan mitra UMKM atau belum. Dari masukkan yang diberikan, pengembangan serta perbaikan website kemudian kembali dilakukan untuk memperbaiki *prototype* website yang ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah UMKM di Yogyakarta. Mitra yang dipilih menjadi pelaksana kegiatan ada tiga, yaitu Rumi Batik, Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Jogja - Imamgift.art. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Pada tahapan persiapan yang dilakukan adalah menyiapkan rencana kerja secara detail, menggali kebutuhan data apa saja yang ingin ditampilkan dalam website yang akan dibuat, kemudian mempersiapkan materi-materi untuk pelatihan setelah website selesai dibangun. Pada saat Persiapan, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap ketiga UMKM, ditemukan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan produknya. Kondisi tersebut menjadikan tidak adanya peningkatan yang lebih baik terhadap kondisi penjualan yang selama ini digunakan. Hal itu tentunya juga memberikan dampak terhadap ketidakmampuan UMKM dalam memperluas media promosi dan pemasaran.

Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap Pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

- Pembangunan website toko online berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada pelanggan Rumi Batik, Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Jogja - Imamgift.art. dan sesuai dengan keinginan pemilik usaha Rumi Batik, Sulam Jatimulyo Baru, dan Kado Karikatur Jogja - Imamgift.art.
- Penyusunan katalog produk dimulai dari foto produk, kategori produk, harga produk, dan sebagainya.
- Pengujian website toko online apakah sudah sesuai dengan kebutuhan UMKM.

- Pelatihan dalam mengoperasikan website toko online, meliputi: tahapan posting atau memperbaharui informasi hingga pengelolaan website. Hasil akhir yang didapat adalah UMKM dapat berperan sebagai admin dari website toko online pribadinya.

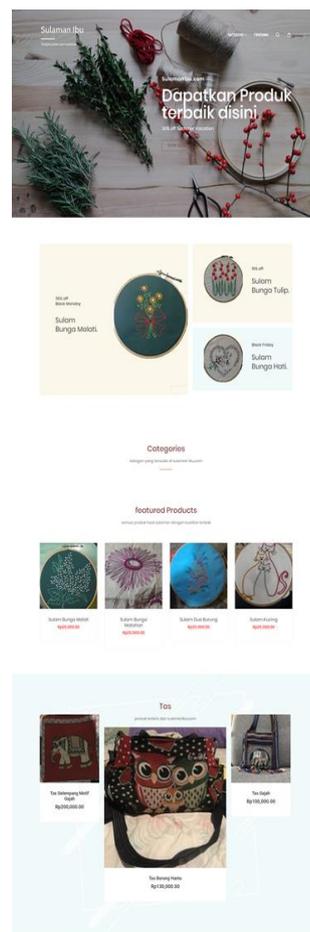
Pada tahap pelaksanaan, salah satu hal yang dilakukan adalah mengonlinekan website dengan alamat:

<https://sulamanibu.com>,

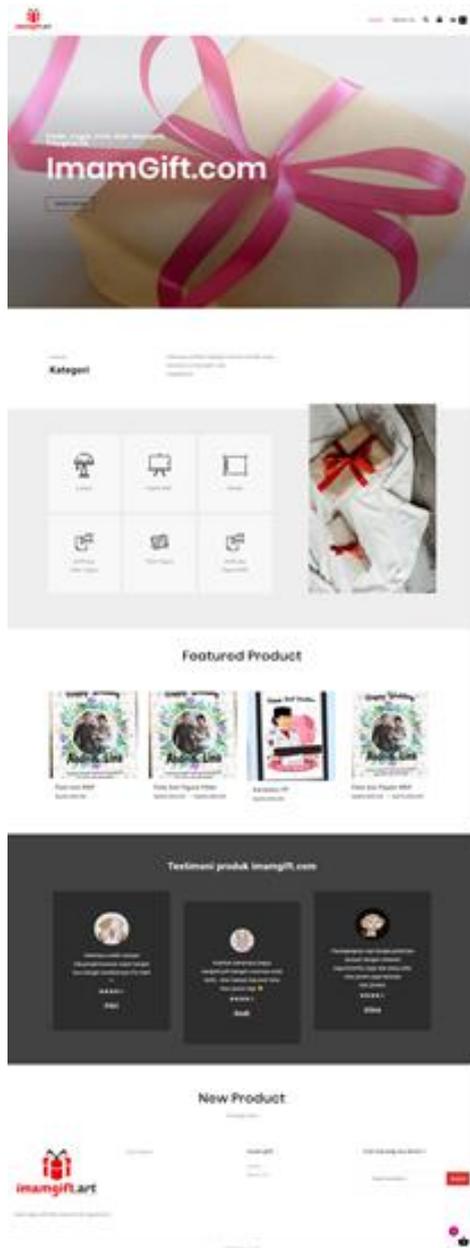
<https://imamgift.com>,

<https://rumibatik.com>.

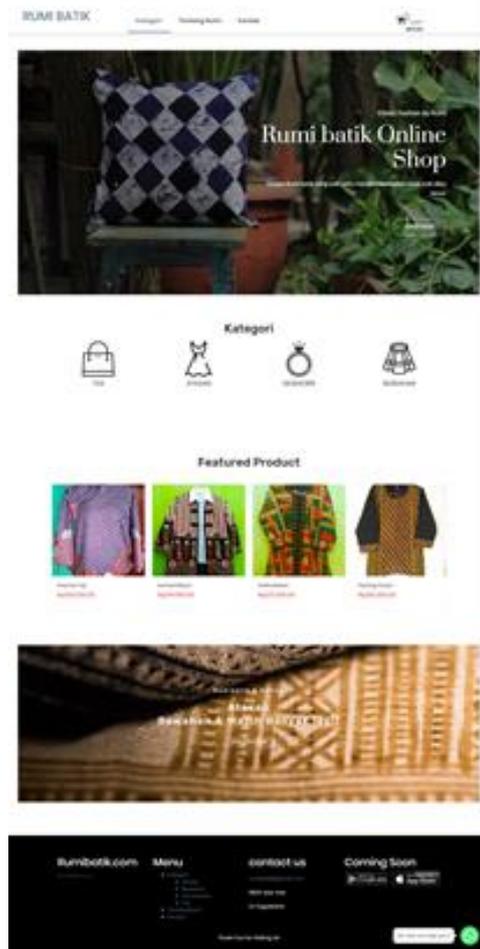
Semua informasi yang berkaitan dengan ketiga UMKM tersebut dimasukkan ke dalam konten profil website. Gambar 2 adalah tampilan website dari ketiga UMKM.



Gambar 2. Tampilan Halaman Utama Website sulamanibu.com

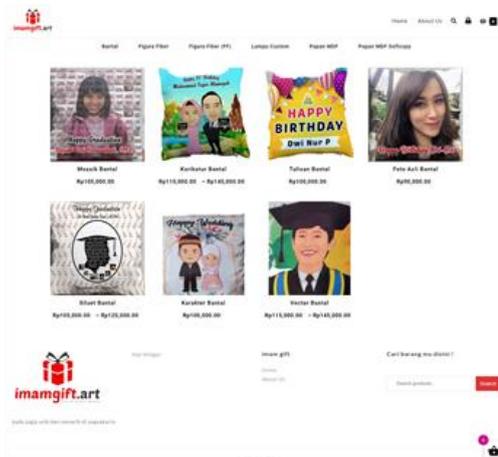


Gambar 3. Tampilan Halaman Utama Website imamgift.com



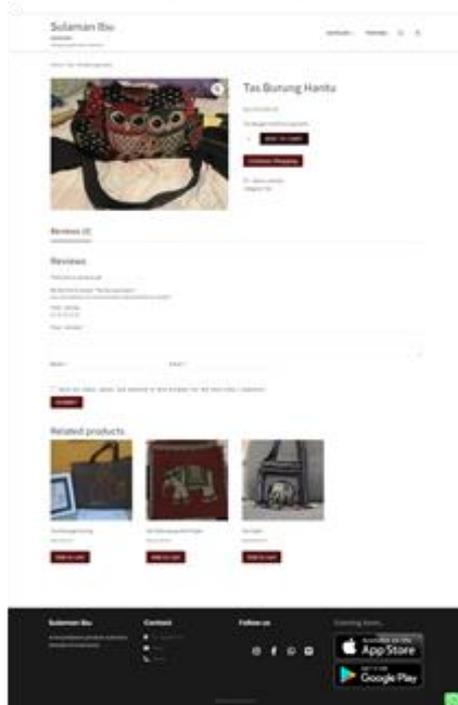
Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Website rumibatik.com

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, website ini merupakan toko online yang berisi katalog produk. Katalog produk dari UMKM ditampilkan seperti gambar 5. Semua unggahan produk disesuaikan berdasarkan kategori masing-masing sehingga mempermudah pengguna dalam mencari produk yang diinginkan.

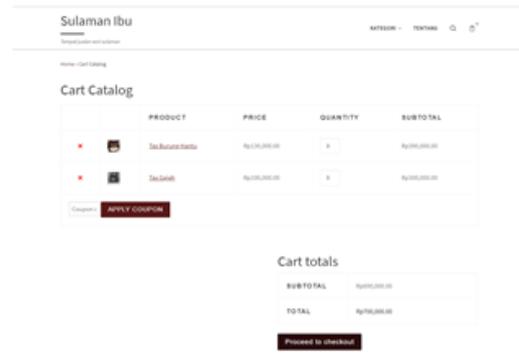


Gambar 5. Tampilan Halaman Katalog Produk Website imangift.com

Selain itu ada juga fasilitas transaksi secara online. Dimulai dari memilih produk yang ingin dibeli, melihat deskripsi produk, pemesanan produk, sampai pembayaran dapat dilakukan secara online. Hal ini bertujuan untuk mempermudah calon pembeli dalam melakukan transaksi dan juga mempermudah UMKM dalam mengelola produk yang dipesan oleh pembeli.



Gambar 6. Tampilan Halaman Deskripsi Produk Website sulamanibu.com



Gambar 7. Tampilan Halaman Daftar Pembelian Produk Website sulamanibu.com

Proses terakhir pelaksanaan pengabdian adalah dilakukan pelatihan mengoperasikan website toko online kepada mitra UMKM. Tahapan dari kegiatan ini adalah sejumlah anggota dan pengelola dilatih dan diberikan pendampingan bagaimana cara menggunakan dan mengelola website yang telah dibuat, serta sejumlah fitur yang ada di aplikasi tersebut diperkenalkan dan langsung dicoba. Pelatihannya meliputi: tahapan posting produk atau memperbaharui informasi hingga pengelolaan transaksi online. Selain itu peserta pelatihan juga diberikan pendampingan bagaimana memanfaatkan gadget untuk dapat mengakses sebuah website.



Gambar 8. Pelatihan Penggunaan website menggunakan gadget

5. KESIMPULAN

Pendampingan dalam pengembangan dan pengelolaan website untuk membantu pemasaran dan promosi secara digital kepada mitra UMKM telah berhasil dilakukan. Semua tahapan yang telah dijadikan sebagai acuan atau target, telah berhasil untuk dilaksanakan dan dikembangkan sesuai kebutuhan. Kegiatan telah dilaksanakan dan sesuai dengan tujuan awal, mulai dari *interview* dan observasi kebutuhan UMKM sampai pembuatan website sebagai media pemasaran dan promosi secara digital, serta pelatihan penggunaan website. Kegiatan pendampingan dilakukan sebagai sarana untuk mengetahui bahwa sejauh mana mitra UMKM dapat memanfaatkan website sebagai media pemasaran toko online, dan juga sejauh mana mereka dapat memperluas pasar dengan promosi secara online. Diharapkan dengan cara tersebut pelaku UMKM memiliki pengetahuan baru mengenai teknologi informasi khususnya dalam mengelola website toko online sebagai salah satu media pemasaran dan promosi. Diharapkan dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya website toko online, akan dapat menekan biaya pemasaran dan promosi yang biasanya menggunakan media promosi cetak, seperti: katalog, brosur, iklan majalah, iklan koran dan lain-lain yang membutuhkan biaya yang tinggi. Selain itu website toko online memiliki jangkauan yang luas untuk menjangkau calon pembeli. Diharapkan adanya website toko online akan membantu pengembangan pemasaran usaha dan dapat meningkatkan penjualan bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

- (UMKM). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286-1295.
- Dinas Pariwisata D.I.Yogyakarta. (2015). *Statistik Kepariwisata Yogyakarta*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata D.I. Yogyakarta. Diambil kembali dari http://bappeda.jogjaprovo.go.id/data_taku/data_dasar/index/107-ukm?id_skpd=44
- Koch, O. F., & Benlian, A. (2015). Promotional Tactics for Online Viral Marketing Campaigns: How Scarcity and Personalization Affect Seed Stage Referrals. *Journal of Interactive Marketing*, 32, 37–52.
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 2(2), 103-220.
- Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM di Indonesia : Profil , Masalah, dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1-10.
- Petrovici, M. A. (2014). E-Public Relations: Impact and Efficiency. A Case Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 141, 79–84.
- Sommerville, I. (2011). *Software Engineering 9th Edition*. ISBN-10, 137035152, 18.