Pengembangan Usaha Keripik Pisang UMKM Bernad Di Kelurahan Buraen Melalui Pemanfaatan Webside Dan Toko Online

Priyono[1], Edy Suprapto[2], Fahrizal[3], Basri K[4], Wolfrid Bianome[5], Sealtiel Mau[6]
Program Studi Pendidikan Teknik Mesin, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Nusa Cendana
E-mail : mr.priyono007@gmail.com

Abstract

This article discusses the development of Bernard's banana chips small and medium-sized enterprise (UMKM) in Buraen Village through the utilization of a website, online store, and social media. This is based on the situation and role of UMKM as the backbone of the national economy. While UMKM has made significant contributions, many still struggle to compete globally in modern marketing. This integrated business development is aimed at one of the UMKM actors, specifically Bernard's UMKM in Amarasi Village, to optimize the production of chips and various pastries. The methods used include product development, trials, socialization, and training. The results of the community engagement show that the UMKM Bernard community is very enthusiastic, and even the village government participated in this training activity. The engagement team successfully developed a website integrated with an online store and social media to expand the marketing network of UMKM Bernard's products. The community's response to the website product was 83.8%, to the online store product was 91.9%, and to the social media promoting UMKM Bernard's products was 93.3%. The training results indicate that the managers of UMKM Bernard are capable of customizing and managing the website, online store, and social media. It is hoped that continuous training, monitoring, and mentoring will be conducted until the UMKM community becomes independent and capable of managing such technology themselves.

Keywords*: Product development, training, website, online store, social media, UMKM*

Abstrak

Artikel ini membahas tentang pengembangan usaha keripik pisang UMKM Bernard di Kelurahan Buraen melalui pemanfaatan website, toko online dan media sosial. Kondisi ini didasarkan atas situasi dan peran UMKM sebagai ujung tombak perekonomian nasional. UMKM telah memberikan konstribusi maksimal namun banyak juga yang masih belum mampu bersaing secara global dalam pemasaran modern. Pengembangan usaha terintegrasi ini ditujukan kepada salah satu pelaku UMKM yaitu UMKM bernard di Kelurahan Amarasi, guna mengotimlkan produksi keripik dan aneka kue. Metode yang digunakan berupa pengembangan produk, uji coba, sosialisasi dan pelatihan. Hasil pengabdian menunjukan bahwa masyarakat pelaku UMKM Bernard sangat antusias bahkan pemerintah desa juga turut serta dalam kegiatan pelatihan ini. Pengabdi berhasil mengembangkan sebuah webside yang diitegrasikan dengan toko online dan media sosial guna memperluas jaringan pemasaran produk UMKM Bernard. Respon masyarakat terhadap produk webside sebesar 83,8%, terhadap produk toko online 91,9% dan terhadap media sosial yang mempromosikan produk UMKM Bernard sebesar 93,3%. Hasil pelatihan menunjukan bahwa pengelola UMKM Bernard telah mampu melakukan costume dan mengelola webside, toko online dan media sosial. Diharapkan pelatihan, monitoring dan pendampingan terus dilakukan sampai masyarakat pelaku UMKM menjadi terbisa dan mampu mengelola teknologi tersebut secara mandiri.

Kata Kunci : Pengebangan produk, pelatihan, Webside, Toko Online, media Sosial, UMKM

PENDAHULUAN

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam penyerapan tenaga kerja dan pembangunan ekonomi nasional sangat penting. Namun, saat ini masih terdapat kendala dalam mengoptimalkan potensi usaha kecil. Keterbatasan dalam pengelolaan dan pemasaran menjadi faktor penyebab, yang pada akhirnya membatasi target pasar yang dapat dicapai.

Adanya minat pasar yang besar terhadap produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) merupakan salah satu peluang bisnis yang menguntungkan. Namun, kurangnya akses informasi terkait kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan terhambatnya perkembangan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh UKM di Desa. Hal ini membuat kemajuan usaha UKM dalam masyarakat desa tersebut tidak dapat mencapai potensinya yang diharapkan.

Selain itu, kurangnya dukungan dan perhatian dari pemerintah setempat, serta minimnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha, juga menjadi faktor penyebab kurangnya perkembangan beberapa UKM di Desa (Febriyanti Darnis, 2019). Padahal, UKM-UKM tersebut berperan sebagai sumber mata pencaharian dan pendapatan harian untuk memenuhi kebutuhan dan menciptakan lapangan kerja bagi warga sekitar.

Saat ini, perdagangan melibatkan pengusaha besar dan kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami berbagai perubahan yang signifikan. Pengusaha besar telah memanfaatkan globalisasi dan ekspansi pasar untuk memperluas bisnis mereka ke skala internasional. Mereka menjalin kemitraan di berbagai negara dan mengoptimalkan rantai pasok global. Persaingan di antara pengusaha besar semakin sengit, memaksa mereka untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan pangsa pasar.

Pasar secara keseluruhan, belum dianggap pulih setelah dilanda Covid 19, dimana dampak global yang ditimbulkan sangat besar serta termasuk, juga mempengaruhi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia disebabkan turunnya permintaan yakni konsumsi dan daya beli, sehingga mengganggu proses produksi dan perdagangan (Fitri Suciati, 2016)

Di sisi lain, UMKM juga mengalami transformasi dalam kondisi perdagangan saat ini.Saat ini terjadi perpindahan perilaku konsumen atau market shift, salah satunya dari offline ke online. Beberapa pelaku bisnis offline terlihat cepat bergerak ke online dengan menjadi seller di berbagai marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, dan sebagainya atau membuat toko online (Hukama & Simon, 2017). Dengan memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan aplikasi bisnis, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan efisiensi, dan berinteraksi lebih baik dengan pelanggan.

UMKM Bernard adalah salah satu kelompok usaha menegah kecil di kelurahan Buraen kecamatan amarasi selatan kabupaten Kupang, yang secara khusus bergerak dalm bidang produksi kulineri dengan produk unggulan adalah aneka keripik berbahan dasdar pisang dan ubi serta aneka kue. Usaha yang sudah dirintah oleh kelompok ini sejak tahun 2010 memiliki prospek yang cerah dan banyak peminat, namun terbatas pada kemampuan produksi, kemampuan inovasi serta pemasarannya, namun satuy hal bahwa usaha UMKM ini terus eksis hingga saat ini. Meskipun model produksi yang digunakan hanyalah model produksi atas permintaan dan pemasaran hanya dilakukan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan kondisi UMKM Bernad dilihat bahwa UMKM sering kali memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menghadapi perubahan pasar dan beradaptasi dengan cepat. Karena ukuran mereka yang relatif kecil, UMKM dapat menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan besar. Namun UMKM sering kali memiliki kapasitas sumber daya manusia yang terbatas, yang mungkin membatasi kemampuan mereka untuk mengadopsi teknologi atau melakukan inovasi yang diperlukan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Sementara tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan teknologi informasi dan digital membuka pintu bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform e-commerce dan media sosial. Hal ini dapat membantu UMKM mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas mereka.

Berdasarkan kondisi ini maka perlu ada sebuah usaha maju untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM dalam perdangangn melalui integrasi teknologi IT berupa wbsite, media online atau ecommerce sebagai sarana untuk memasarkan dan melakukan transaksi produk secara online, yang dikenal sebagai toko online atau online shop.Webside, Toko online atau online shop merupakan platform di mana proses jual beli barang dapat dilakukan tanpa harus bertemu secara fisik (Muslihah et al., 2021). Melalui gambar produk yang ditampilkan, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan dan melakukan pembayaran melalui rekening bank. Setelah pembayaran dilakukan oleh konsumen,

penjual akan mengirimkan barang sesuai pesanan ke alamat yang telah ditentukan.

Mengacu pada poin-poin yang telah disebutkan, tim pengabdian telah memulai sebuah inisiatif pelatihan bagi UMKM Bernad dalam penggunaan website yang terintegrasi dengan marketplace. Selain itu, tim juga berbagi pengetahuan mengenai manajemen website dan pemanfaatan toko online sebagai media pemasaran guna mencapai pasar yang lebih luas.

METODE PELAKSANA

Terkait permasalahan yang terjadi pada UKM mitra sebagaimana yang telah diuraikan pada pendahuluan, maka Kegiatan Pelatihan penggunaan website dan toko online di UKM Bernard, Kelurahan Buraen, Kecamatan Amarasi Selatan, Kabupaten Kupang, dilaksanakan pada tanggal 10 Mei 2023 sampai 15 Juni 2023. Total peserta pelatihan berjumlah 18 orang, terdiri dari karyawan dan pemilik usaha dari UKM tersebut. Pelatihan ini meliputi pendampingan dalam pemasaran melalui toko online, dimulai dari pembuatan site map dan web untuk UKM. Persiapan tersebut dilakukan selama satu bulan untuk menentukan domain/website, desain web, dan persiapan lainnya. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat terdiri dari lima tahap. Tahap pertama adalah menginformasikan kegiatan kepada pengelola UKM. Tahap kedua adalah mengumpulkan data mengenai toko online, seperti deskripsi tentang UKM, deskripsi produk/potensi yang dibuat dan dijual, serta keunggulan produk yang ditawarkan. Tahap ketiga adalah perancangan website berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Tahap keempat adalah hasil perancangan toko online melalui desain website yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mitra. Tahap kelima adalah pelatihan pengelolaan bagi pengelola website serta penyerahan website kepada mitra. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program ini adalah pelatihan, yang dimulai dengan penyampaian teori tentang teknologi informasi. Materi yang disampaikan meliputi cara memanfaatkan media online untuk pemasaran, cara pemasaran online melalui website, serta pelatihan internet marketing dan promosi melalui jejaring sosial media. Pada kegiatan ini, peserta dilatih dalam membuat webside untuk UKM mitra guna meningkatkan jangkauan pemasaran, menuangkan ide bisnis dalam media online, dan cara membuat media pemasaran secara online dimarket place. Selain itu, peserta juga melakukan praktik dengan mengoperasikan handphone atau laptop setelah diberikan materi tentang media online. Evaluasi pelatihan dilakukan berdasarkan konsep penerimaan pengelola usaha kulineri Bernard dalam memanfaatkan media online melalui website pemasaran. Konsep yang digunakan adalah e-bisnis, yang mencakup minat peserta pelatihan dalam memanfaatkan media online melalui website. Untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan, dilakukan evaluasi pretest dan posttest yang meliputi: 1) Mengidentifikasi kemampuan individu peserta dalam memanfaatkan media online melalui pertanyaan sebelum pelatihan dilakukan; 2) Mengukur pemahaman dan pencapaian peserta melalui pertanyaan yang sama setelah pelatihan selesai; 3) Mengukur minat peserta dalam memanfaatkan media online untuk memasarkan produk yang dihasilkan, dengan memberikan latihan dalam membuat iklan produk kulineri berupa aneka keripik dan kue serta memasarkannya melalui media sosial dan website.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Pertama
   Setelah diputuskan dalam rapat prodi mengenai tema pengabdian masyarakat tahun 2023 dan melakukan semua perencanaan dan persiapan, maka pada tanggal 12 Mei 2023, tim melakukan kunjungan pendahuluan ke lokasi UMKM bernad untuk melakukan silaturahmi dan menyampikan informasi awal mengenai rencana pelaksanaan PKM, melakukan sekaligus penjajakan, dan penjartingan informasi mengenai kesulitan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM Bernad khususnya dalam hal pengembangan produk dan pemasarannya. Data dan informasi yang terkumpul selanjutnya digunakan sebagai informasi untuk merancangkan solusi yang akan diterapkan oleh pengabdi di UMKM Bernard.
2. Tahap kedua

Setelah melakukan kunjungan pertama, tim kemudian mulai merancang dan mendesain sketsa dan alur Web untuk UMKM bernard. Pada tanggal 19 Mei 2023, tim kembali mendatangi UMKM bernad sebagai Mitra untuk mengumpukjkan data dan informasi khususnya yang berkaitan dengan produk yang akan di share di Webside. Pada tahap ini juga dilakukan diskusi mengenai desain dengan menjaring masukan dan keingginan yang ingin dimunculkan oleh Mitra UMKM bernard.

3. Tahap Ketiga
   Pada tahap ini tim telah bekerja untuk mendesain dan merancang web serta toko Online dari salah satu marketplace dan Media sosial untuk mempromosikan produk-produk UMKM bernard. Pekerjaan dilakukan selama 10 hari dari tanggal 20 Sampai 29 Mei 2023.

   Pada konsep desain web di rancang agar, semua informasi pokok tersedia di Web sedangkan di marketplace dan media sosial dijadikan sebagai platform untuk mempromosikan semua produk UMKM. Artinya jika pelanggan tertaik dengan poroduk yang diiklankan di market place dan media sosial dapat melihat dan menemukan informasi yang lebih deatail dalam laman webside. Berikut tampilan webside, Toko Online dan media Sosial UMKM bernard.

   Pembuatan weside diawali dengan pembuatan email UMKM, registrasi dan pengadaan hosting dan domain, melakukan custome untuk menyesuaikan tampilan desain web dengan keingginan mitra, dan melakukan uji coba terhadap desain web.

   Uji coba desain web dinilai oleh 30 orang yang terdiri dari konsumen, praktisi dan Pemerintah. Hasil pengujia web, Toko Onlie dan media Sosial dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 Hasil penilaian Webside

No	Indikator	Penilaian		
		K	C	B
1	Wesite mudah diakses	2	8	20
2	Foto produk yang ditampilkan menarik	0	4	26
3	Foto produk yang ditampilkan mengambarkan produk dengan jelas	0	5	25
4	Identitas produk (nama dan deskripsi produk) jelas dan dapat dipahami	1	3	26
5	Metode pengiriman dan pembayaran jelas dan dapat dipahami	1	6	23
6	Integrasi dengan Toko online dan medsos	2	2	26
7	Respon kontak	0	0	30
Jumlah		6	28	176
Prosentase		2.86	13.3	83.8

Indikator Diadopsi dan dimodifikasi dari (Fitri Suciati, 2016)
Keterangan : K (Kurang), C (Cukup), B (Baik)

Hasil penilian responden (masyarakat/ Konsumen, praktisi dan pemerintah) terhadap desain dan fungsi web menunjukan adanya tingkat kepuasan sebesar 83,8%.

Tabel 2 Hasil Penilaian Toko Online

No	Indikator	Penilaian		
		K	C	B
1	Toko Online mudah diakses	0	6	24
2	Foto produk yang ditampilkan menarik	0	0	30
3	Foto produk yang ditampilkan mengambarkan produk dengan jelas	0	0	30
4	Identitas produk (nama dan deskripsi produk) jelas dan dapat dipahami	2	2	26
5	Metode pengiriman dan pembayaran jelas dan dapat dipahami	2	1	27

6	Integrasi dengan Web dan medsos	3	1	26
7	Respon kontak	0	0	30
Jumlah		7	10	193
Prosentase		3.33	4.76	91.9

Hasil penilian responden (masyarakat/ Konsumen, praktisi dan pemerintah) terhadap desain dan fungsi toko online menunjukan adanya tingkat kepuasan sebesar 91,9%.

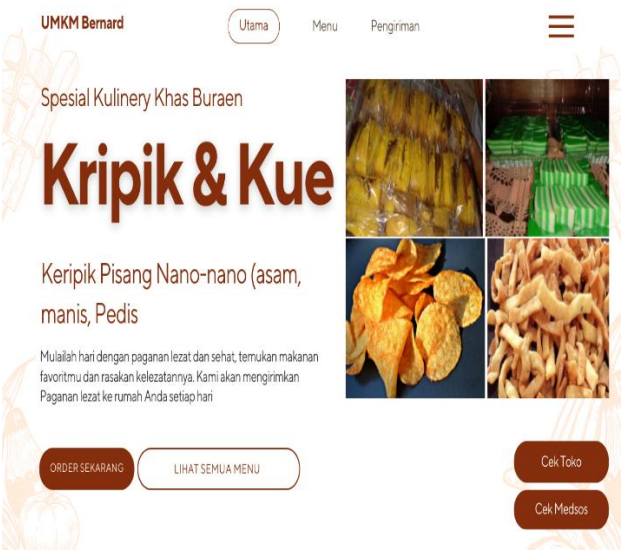
Tabel 3 Hasil penilaian Media Sosial

No	Indikator	Penilaian		
		K	C	B
1	Medsos mudah diakses	0	0	30
2	Foto produk yang ditampilkan menarik	0	2	28
3	Foto produk yang ditampilkan mengambarkan produk dengan jelas	0	2	28
4	Identitas produk (nama dan deskripsi produk) jelas dan dapat dipahami	2	3	25
5	Metode pengiriman dan pembayaran jelas dan dapat dipahami	1	1	28
6	Integrasi dengan Toko online dan Webside	1	2	27
7	Respon kontak	0	0	30
Jumlah		4	10	196
Prosentase		1.9	4.76	93.3

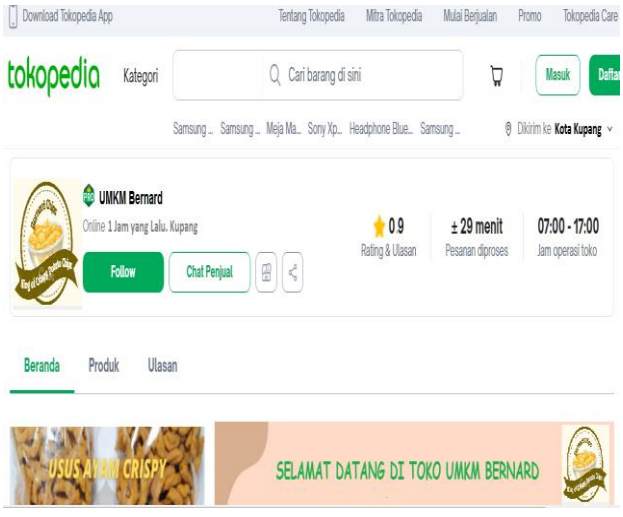
Hasil penilian responden (masyarakat/ Konsumen, praktisi dan pemerintah) terhadap desain dan fungsi media sosial menunjukan adanya tingkat kepuasan sebesar 93,8%.

Dari hasil prosentasi terlihat bahwa responden lebih puas dengan desain media soial (93,8%), kemudian toko online (91,9%) dan terakhir webside sebesar 83,8%. Hasil penelian responden secara keseluruhan menunjukan bahwa konsumen sudah puas dengan desain webside, toko online dan media sosial UMKM bernard. Selanjutnya Webside, toko online dan media online akan dilatih dan bimbing kepada kelompok usaha UMKM Bernard.

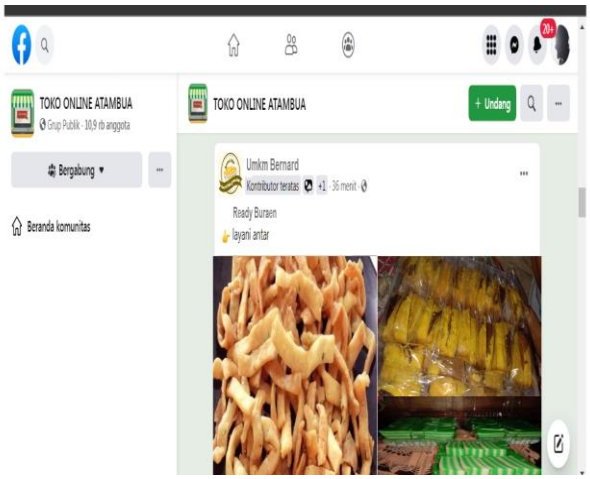
4. Tahap Keempat
   Pelaksanaan tahap keempat dilakukan pada tanggal 30-31 Mei 2023. Berdasarkan hasil desain yang sudah diuji coba selanjutnya desain webside, toko online dan media sosial UMKM Bernard dapat ditampilkan sebagai berikut :



Gambar 1. Desain Webside UMKM bernard



Gambar 2. Desain Toko Online UMKM bernard



Gambar 1. Desain Media Sosial UMKM Bernard

Semua desain dibuat terintegrasi, baik itu dari media sosial, market placae dan Webside. Sedangkan untuk kebutuhan informasi pemesanan dan distribusi dibuatkan juga form pemesanan dan kontak layanan.

5. Tahap kelima pelatihan pengelolaan Web, Toko Online dan Media Sosial
   Pelaksanaan sosialisasi, pelatihan dan pendapingan dialkukan selama 15 hari sejak tanggal 1-15 Juni 2023. Dalam rangka mengotimalkan pengembangan usaha melalui penerapan teknologi IT terintegrasi bagi pelaku usaha di UMKM Bernard maka pelatihan yang sudah diberikan mencakup beberapa hal, antara lain: a. Pelatihan dalam mengoperasikan dan mengcustume c-panel dan dasboard webside, yang memuat semua informasi mengenai pemilihan bahan, proses produksi, penanganan pasca produksi, pengemasan, pengepakan, penyimpanan, hingga proses distribusi, informasi nilai gisi dan produk, informasi turunan produk, informasi sistem pemesanan dan pengecekan pengiriman, b. sistem website e-commerce, yang berfungsi sebagai toko online pribadi bagi UMKM Bernard. Tujuan dari pelatihan ini adalah agar UMKM Bernard dapat memasukkan data produk beserta deskripsi dan harga ke dalam toko online. c. Selain itu, UMKM juga diberikan pelatihan dasar fotografi produk, sehingga mampu menghasilkan foto yang dapat digunakan sebagai ilustrasi di website. c. Pelatihan juga mencakup strategi komunikasi di media sosial untuk memperkenalkan toko online UMKM Bernard.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, maka disimpulkan bahwa untuk mendukung pengembangan mulai dari produksi hingga pemasaran produk UMKM Bernard di kelurahan Buraen kecamatan Amarasi Selatan kabnupaten Kupang, UMKM sangat membutuhkan pelatihan dalam pengelolaan website, toko online dan media sosial yang terintegrasi. Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM Bernard dapat memperoleh pengetahuan baru tentang teknologi informasi, khususnya dalam mengelola website, toko online dan media ssial sebagai salah satu media untuk pengembangan produk khususnya pemasaran. Dengan adanya website, toko online dan Media sosial, biaya promosi dapat ditekan, menggantikan penggunaan media cetak dan elektronik yang membutuhkan biaya tinggi. Selain itu, webside, toko online dan media sosial memiliki jangkauan yang luas untuk menjangkau calon pembeli. Pelatihan pemanfaatan website, toko onlimne dan media sosial juga membuat peserta antusias dan semangat dalam mengikuti kegiatan tersebut dan pada akhirnya bisa mengoperasikan sistem informasi berbasis IT tersebut untuk pengembangan usaha mereka.
Dengan adanya website, toko online dan media sosial, pengembangan pemasaran usaha dapat terbantu dan penjualan dapat meningkat.

SARAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dapat dilakukan secara berkelanjutan untuk melihat perkembangan kemampuan pelaku UMKM bernard dalam memasarkan produknya secara *online*. Selain itu, perlu ada kerjasama dengan instansi terkait guna membantu pengembangan strategi pemasaran *online* bagi UMKM ini, khususnya dari aspek pendanaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada rektor Universitas Nusa cendana, Dekan FKIP Undana. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan penelitian, khususnya Mitra UMKM Bernard.

DAFTAR PUSTAKA

Febriyanti Darnis, R. A. A. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *Sindimas*, *1*(1), 275–278. http://sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/sindimas/article/view/584

Fitri Suciati, A. (2016). *济無No Title No Title No Title*. *5*(2), 1–23.

Hukama, L. D., & Simon, Z. Z. (2017). Pelatihan Pendampingan Dan Pemasaran Berbasis Toko Online Bagi Ukm Herbal Sari Sehat Multifarm, Tegalwaru Ciampea Kabupaten Bogor. *International Journal of Community Service Learning*, *1*(3), 118. https://doi.org/10.23887/ijcsl.v1i3.12542

Muslihah, I., Rokhmah, S., Ramadhani, R. A., & Mikro, U. (2021). *Abstrak Kata kunci : Website , UMKM , Covid-19 , Al Ihsan Store*. 1–8.