
PENINGKATAN KESIAPAN UMKM GO DIGITAL MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN DAN PEMELIHARAAN WEBSITE PADA BILS PARFUM

Aditya Rachnianto¹⁾, Mohammad Iqbal Alfian Abdurrahman²⁾, Tuhfatul H.Hasibuan³⁾

^{1,2}Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma

³Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma

Correspondence author: A.Rachnianto, adityarachnianto@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

Websites have become an important component in digital marketing because they can expand market reach, helping increase business revenue. On the other hand, many Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia still have not yet utilized this technology, including Bils Parfum MSME. This community service activity aims to help improve the readiness of Bils Parfum's MSMEs to Go Digital by creating and maintaining a website for digital promotion and sales. Implementing the activity involves mentoring in website creation and maintenance through direct learning methods. (*learning by doing*). This activity was carried out at Bils Parfum, in Tangerang Regency, Banten, using web technologies such as PHP, CSS, JavaScript, MySQL, and Bootstrap to design a user-friendly interface and intuitive navigation. The result of the activity is that Bils Parfum, which previously did not have a website, now has an online platform to market its products. MSME actors can also operate the website by understanding various technical aspects, such as product catalog and customer order management. This activity is expected to increase the revenue of Bils perfume SMEs because they now have a wider market reach.

Keywords: *MSMEs, website, digital marketing, increase revenue*

Abstrak

Website saat ini telah menjadi komponen penting dalam pemasaran digital karena mampu memperluas jangkauan pasar sehingga dapat membantu meningkatkan omzet usaha. Disisi lain masih banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang belum memanfaatkan teknologi ini, termasuk UMKM Bils Parfum. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan membantu meningkatkan kesiapan UMKM Bils Parfum untuk *Go Digital* dengan kegiatan membuat dan memelihara website dalam melakukan promosi dan penjualan secara digital. Metode pelaksanaan kegiatan melalui pendampingan pembuatan dan pemeliharaan website dengan metode pembelajaran langsung (*learning by doing*). Kegiatan ini dilaksanakan di Bils Parfum, di Kabupaten Tangerang, Banten, dengan menggunakan teknologi web seperti PHP, CSS, JavaScript, MySQL, dan Bootstrap untuk merancang antarmuka pengguna yang ramah pengguna serta navigasi yang intuitif. Hasil dari kegiatan yaitu Bils Parfum yang sebelumnya tidak memiliki website, kini memiliki platform online untuk memasarkan produknya. Pelaku UMKM juga mampu mengoperasikan website tersebut dengan memahami berbagai aspek teknis seperti manajemen katalog produk dan pengelolaan pesanan pelanggan.

Kegiatan ini diharapkan memberikan dampak peningkatan omzet UMKM Bilis Parfum karena telah memiliki jangkauan pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: umkm, website, pemasaran digital, peningkatan omzet

A. PENDAHULUAN

Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pun telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global (Ulfah et al., 2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Melalui UMKM tercipta lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha (Taufiqurrochman et al., 2023).

UMKM *Go Digital* merupakan langkah strategis untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di era digital. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Kegiatan ini bertujuan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis UMKM, seperti pemasaran, transaksi keuangan, dan manajemen sumber daya manusia (Rita et al., 2023). Namun, keberhasilan program ini memerlukan dukungan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan untuk mengatasi tantangan adopsi teknologi.

Bilis Parfum merupakan sebuah UMKM yang berfokus di bidang penjualan parfum. Persaingan pasar saat ini yang sangat ketat membuat pemilik usaha Bilis Parfum mencari cara agar dapat bersaing secara kompetitif. Salah satu cara yang akan dijalankan adalah dengan masuk ke pemasaran secara digital. Sebagai langkah awal perlu adanya pembuatan website guna mempromosikan produk yang dimiliki dengan wilayah jangkauan yang lebih luas.

Website atau disingkat web, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa text, gambar, video, audio dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet (Suryantoro et al., 2023). Website berperan penting dalam mendukung perkembangan UMKM dengan meningkatkan akses pasar, penjualan, dan literasi digital (Jaya & Kosadi, 2022). Meskipun ada tantangan dalam adopsi teknologi, dikarenakan masih banyak pelaku UMKM yang masih kurang memahami berbagai fitur yang tersedia di platform digital dan enggan untuk belajar mengoperasikannya. Pelatihan dan sosialisasi penggunaan teknologi digital serta dukungan yang tepat dapat membantu UMKM memanfaatkan potensi penuh dari platform digital untuk pertumbuhan bisnis (Mardiatmi et al., 2023).

B. PELAKSANAAN DAN METODE

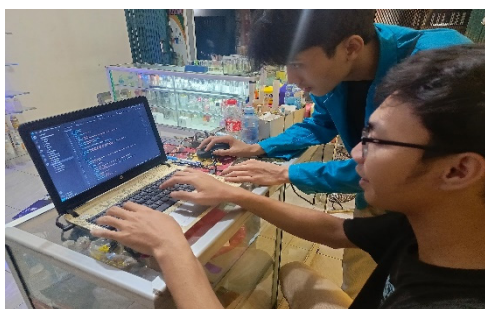
Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah melalui pendampingan pembuatan dan pemeliharaan website dengan metode pembelajaran langsung (*learning by doing*) yaitu sebuah pendekatan yang tidak hanya menggunakan materi, namun disertai pembelajaran melalui pengalaman langsung. Metode ini dipilih karena dianggap efektif dalam mengembangkan pemahaman yang lebih baik bagi pelaku UMKM pada pembuatan website Bilis Parfum.

Kegiatan ini dilaksanakan langsung di lokasi usaha UMKM Bilis Parfum yang beralamat di Jalan Desa Cibogo, Cibogo, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15344.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan kepada pengelola usaha dan karyawan Bils Parfum dalam pembuatan, pengoperasian serta pemeliharaan *website* untuk mengelola usaha penjualan parfum yang telah berdiri sejak tahun 2020. Dengan metode *learning by doing* pembuatan *website* didampingi langsung oleh Aditya Rachnianto menggunakan teknologi pemrograman web seperti PHP, CSS, Java Script, MYSQL, dan Bootstrap sehingga dari penggunaan dan pendampingan yang dilakukan menghasilkan sebuah *user interface* dengan desain serta navigasi yang *user-friendly* agar memudahkan pengguna dalam pengoperasian *website* yang telah dibuat.

Rangkaian awal pada pembuatan *website* adalah dengan merancang *database* untuk memasukkan data produk serta data *user*.



Gambar 1. Pendampingan Pembuatan Database

Setelah rancangan *database* selesai dibuat selanjutnya membuat rancangan *index* PHP menggunakan aplikasi Visual Studio Code untuk mengimplementasikan halaman utama *website* Bils Parfum. Setelah halaman *website* selesai dirancang dan disinkronkan dengan *database* yang sebelumnya telah dibuat. Selanjutnya masuk ke tahap mengoperasikan *website* yang didampingi oleh Mohammad Iqbal dengan memberikan pengarahan serta pemahaman tentang pengoperasian *website* Bils Parfum dengan berbagai aspek operasional yang terdapat di dalam *website* seperti cara memperbarui produk katalog, mengelola pesanan pelanggan serta menangani apabila terjadi kendala teknis.



Gambar 2. Foto Bersama Pengelola UMKM

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak peningkatan omzet penjualan Bils Parfum karena telah memiliki *website* yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi pembayaran *e-banking* dan pengiriman barang melalui kurir. Kegiatan selanjutnya yang dapat dilakukan adalah pendampingan pemasaran digital bagi Bils Parfum melalui pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan *website* yang telah dibuat.

D. PENUTUP

Dengan dilaksanakannya kegiatan pembuatan dan pemeliharaan *website* pada toko Bils Parfum didapatkan hasil bahwa Usaha toko Bils Parfum yang sebelumnya tidak mempunyai *website* sekarang sudah mempunyai *website* sendiri untuk penjualan produknya. Pengelola usaha Bils Parfum yang awalnya tidak mengerti dalam hal pengoperasian teknologi web sekarang sudah bisa menggunakan setelah mendapat pemahaman dan praktik langsung dalam pembuatan *website* dan pengoperasiannya.

Disarankan agar Bils Parfum selalu memperbarui konten *website* dan juga dikelola dengan baik dengan mengedepankan kepuasan pelanggan. Untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya dapat dilakukan pendampingan pemanfaatan sosial media dalam mempromosikan *website* yang telah dibuat.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Pemilik UMKM Bils Parfum atas kesediannya dan kerjasamanya dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga kepada LPPM ITB Swadharma yang telah memfasilitasi dan mengarahkan kegiatan ini sehingga dapat terselenggara dengan baik.

Kepada Masyarakat, 1(1), 20–26.
<https://doi.org/10.56486/swadimas.vol1no01.241>

Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & Friyatmi, F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795–2805.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v5i2.1277>

E. DAFTAR PUSTAKA

Jaya, R. C., & Kosadi, F. (2022). Optimization of Online Selling Through Website-Based E-Commerce Applications and Mobile Applications For MSMEs. *Inaba of Community Services Journal (INACOS-J)*, 1(1), 1–12.
<https://doi.org/10.56956/inacos.v1i1.31>

Mardiatmi, B. D., Seta, H. B., & Argo, J. G. (2023). Acceleration of Marketing Digitalization Towards Independent MSMEs. *Indonesian Journal of Society Development*, 2(5), 337–346.
<https://doi.org/10.55927/ijds.v2i5.5975>

Rita, Artini, N. M., Tatyana, Hendriyani, M., & Sugiyono. (2023). Sosialisasi UMKM Go Digital Bagi UMKM Jombang dan Pamulang Estate Tangerang Selatan. *Swadimas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 40–46.
<https://doi.org/10.56486/swadimas.vol1no02.370>

Suryantoro, H., Winarno, H., & Maulana, M. (2023). Rancang Bangun Website Mandays Project Untuk Menentukan Penjadwalan System Integration Testing dan User Acceptance Testing. *JEIS: Jurnal Elektro Dan Informatika Swadharma*, 3(2), 1–9.
<https://doi.org/10.56486/jeis.vol3no2.345>

Taufiqurrochman, Putra, D. F. D., Sari, J., & Syahrial, R. (2023). Pelatihan Pengembangan UMKM di Masa Pandemi Dengan Optimalisasi Penggunaan Media Sosial. *Swadimas : Jurnal Pengabdian*