

Peningkatan Kapabilitas UMKM Yayasan Rikalikas Melalui Website HiUMKM

**Agus Maolana Hidayat¹, Rennyta Yusiana^{2*}, Fauzan Aziz³, Nadya Novandriani
Karina Mulyono⁴, Astadi Pangarso⁵, Arry Widodo⁶, Heru Nugroho⁷,
Gita Indah Hapsari⁸**

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

*rennytayusiana@telkomuniversity.ac.id

Received 25-01-2023

Revised 01-02-2023

Accepted 06-02-2023

ABSTRAK

Yayasan Rikalikas adalah Yayasan sosial yang berfokus pada bidang sosial dan edukasi, serta memiliki program kerja untuk penguatan UMKM khususnya skala Mikro dan Kecil. Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu: 1. Mitra belum memiliki website media untuk membahas konten yang berkaitan dengan UMKM, 2. Anggota mitra UMKM belum mampu menjadi *content writer* dan membuat iklan produk yang menarik, 3. Belum memiliki fasilitas pendukung untuk membangun konten seperti personal komputer. Solusi yang dilakukan adalah dengan membuat website media UMKM, mengadakan pelatihan *Search Engine Optimization (SEO)*, *copywriting*, dan pemanfaatan media sosial, serta memberikan bantuan sarana berupa *personal computer*. Kegiatan ini disambut baik oleh mitra dan berharap akan terjadi keberlanjutan. Dengan website HiUMKM, mitra menjadi lebih mudah memasarkan produknya. Website tersebut membantu mitra dapat beriklan secara gratis tanpa dipungut biaya dan dengan adanya pelatihan dapat meningkatkan wawasan serta keahlian mitra sehingga dapat mengoptimalkan pemasaran.

Kata kunci: UMKM, Website Media, Pemasaran

ABSTRACT

The Rikalikas Foundation is a social foundation that focuses on the social and educational fields, and has a work program to strengthen MSMEs, particularly on the Micro and Small scale. There are several problems faced by partners, namely: 1. Partners do not yet have a media website to discuss content related to MSMEs, 2. MSME partner members are not yet able to become content writers and create attractive product advertisements, 3. Do not yet have supporting facilities to build content such as personal computers. The solution is to create an MSME media website, conduct Search Engine Optimization (SEO) training, copywriting, and utilize social media, as well as provide assistance in the form of personal computers. This activity was welcomed by partners and hoped that there would be sustainability. With the HiUMKM website, it is easier for partners to market their products. The website helps partners to advertise for free without being charged and with training can increase partners' insights and expertise so they can optimize marketing.

Keywords: SMEs, Website Media, Marketing.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan proses melakukan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan penuh inovasi yang bermanfaat bagi orang lain dan memberikan nilai lebih. Kewirausahaan dapat berfokus pada penciptaan sebuah perusahaan baru yang melayani masyarakat dan membuat perubahan positif. Wirausahawan mampu menciptakan perusahaan yang hebat dan bereputasi dengan menunjukkan

performansi, kepemimpinan, dan bisnis yang berumur Panjang (Blimpo & Pugatch, 2019).

Entrepreneur mencari cara untuk mencapai tujuan tertentu dengan memulai sebuah organisasi atau usaha yang akan menyelesaikan atau menyediakan kebutuhan masyarakat dan *marketplace*. Tantangan bagi seorang *entrepreneur* adalah panggilan untuk merespon pada tugas-tugas yang sulit dan komitmen untuk mengeksekusinya dengan sebuah bisnis/enterprise (Tjiptady et al., 2020). Cara mereka merespon pun adalah dengan berbagai cara baru dalam melakukannya, biasanya dengan menggabungkan ulang antara orang, konsep, dan teknologi menjadi solusi yang original. Peluang atau *opportunity* pun dipahami sebagai suatu keadaan yang menguntungkan dengan peluang bagus untuk sukses atau maju. Dalam kewirausahaan, peran wirausahawan atau *entrepreneur* dengan pengetahuan dan keahlian mereka, menjadi hal yang paling penting untuk keberhasilan dan keberlangsungan sebuah bisnis/*startup*. Tahap awal dari memulai dan mengembangkan bisnis *startup* mereka adalah kritical dimana para *entrepreneur* ini perlu untuk memahami dan memonitoring semua rencana dan aktifitas yang harus mereka kerjakan, memperbaiki, meningkatkan, dan merencanakan kembali secara terstruktur dan dapat di monitor dengan baik oleh para *stakeholders*-nya.

Digitalisasi adalah hal yang penting bagi usaha, terutama di tengah pandemi seperti saat ini. Salah satu solusi agar bisnis dapat bertahan yaitu dengan beralih ke *platform digital* (Choirina et al., 2022). Adaptasi digital adalah strategi yang penting untuk mengembangkan usaha, terutama bagi UMKM. Untuk bertahan di era pandemi dan endemic, para pelaku UMKM melakukan transformasi digital (Bauman & Lucy, 2019).

Transformasi digital dapat dilakukan mulai dari pemasaran, penjualan, transaksi, sampai pada pelayanan yang disajikan. Salah satu platform yang tersedia yaitu dengan menggunakan website (DJKN Kemenkeu, 2022). Terdapat persepsi yang menginformasikan jika website tidak berdampak bagi pelaku UMKM, dan membutuhkan biaya yang besar untuk membuat website toko online. Kenyataannya, website memberikan kesan profesional dan lebih unggul dibanding kompetitor. Berikut ini beberapa alasan pentingnya website bagi pelaku UMKM:

1. Menjawab Informasi Penting

Saat ini pelanggan sudah semakin cermat dan cerdas. Sebelum membeli, para konsumen akan melakukan pengecekan berdasarkan informasi yang mereka punya.

2. Dapat Diakses Kapan Saja.

Website memudahkan konsumen untuk dapat mengakses toko online dari mana saja dan kapan saja. Para konsumen juga dapat mengakses katalog produk dengan lengkap walaupun jika toko fisiknya sedang tutup.

3. Alat Pemasaran yang Hemat Biaya.

Website toko online dapat tetap berjalan baik walaupun pemilik sedang tidak ditempat seperti sedang tidur, liburan, atau saat melakukan aktivitas lainnya. Jadi, membuat sebuah website dapat memberikan keuntungan bagi pelaku

UMKM karena *brand* akan terus ada dan relevan secara online. Website dapat digunakan sebagai media pemasaran dalam bisnis.

4. Menarik Pembeli Potensial.

Sebuah website mampu menarik pembeli secara potensial. Karena itu, website sangat penting bagi pelaku UMKM. Pemilik dapat menggunakan fitur *call-to-action* (CTA) dan diletakkan pada lokasi yang strategis.

5. Mengumpulkan Data Pelanggan.

UMKM dapat memperoleh informasi mengenai data pelanggan seperti: nama, nomor telepon, email, maupun informasi lainnya dari leads yang ada di website. Pebisnis juga dapat mengetahui perilaku konsumen seperti: produk yang mereka sukai, produk yang mereka beli, halaman yang sering mereka kunjungi, dan lain-lain. Dengan data pelanggan yang dimiliki, UMKM akan mudah memberikan penawaran khusus atau meningkatkan penjualan.

6. Meningkatkan Kepercayaan.

Website dapat membuat UMKM terlihat lebih kredibel dan profesional sehingga para calon konsumen yakin untuk bertransaksi. UMKM dapat mengoptimalkan kepercayaan konsumen dengan memasukkan testimoni dari konsumen ke dalam website.

7. Meningkatkan *Exposure*.

Website untuk UMKM dapat meningkatkan *exposure*. Website UMKM dapat mengoptimalkan ranking untuk kata kunci tertentu pada mesin pencari dengan menerapkan strategi SEO.

Yayasan Rikalikas adalah Yayasan sosial yang berfokus pada bidang sosial dan edukasi. Para pendirinya adalah para profesional di industri dan akademisi yang memilih fokus aktifitas bidang bisnis dan ekonomi untuk berdampak pada sosial masyarakat. Yayasan Rikalikas memiliki program kerja untuk penguatan UMKM khususnya skala Mikro dan Kecil. Website media merupakan salah satu alat *digital* yang dapat melengkapi dan mendukung kinerja promosi untuk produk atau jasa dari UMKM mitra dan binaan Rikalikas.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, permasalahan utama yang dialami oleh mitra adalah sebagai berikut:

1. Mitra belum memiliki website media untuk membahas konten-konten yang berkaitan dengan UMKM
2. Anggota mitra yaitu para UMKM belum mampu menjadi *content writer* dan belum dapat membuat iklan produk UMKM yang menarik, karena keterbatasan pengetahuan.
3. UMKM belum memiliki fasilitas pendukung untuk membangun konten seperti personalkomputer.

Untuk menyelesaikan permasalahan mitra tersebut, maka berikut ini adalah solusi yang dilakukan:

1. Membuat website media untuk membahas konten-konten yang berkaitan dengan UMKM.

2. Memberikan pelatihan dan sosialisasi terkait *Search Engine Optimization (SEO)*, *copywriting*, dan pemanfaatan media social.

3. Memberikan bantuan sarana berupa *personal computer*.

Bantuan ini diberikan untuk memudahkan peserta UMKM mengelola website dan membuat konten pemasaran.

Dalam kegiatan pengabdian ini mitra turut berpartisipasi dalam 3 kegiatan utama, yaitu:

1. Membantu tim perancang dalam pembuatan website dengan menginformasikan kebutuhan mitra
2. Mengikuti pelatihan dan sosialisasi cara membuat iklan produk UMKM dan *content writer*
3. Menerima bantuan sarana berupa *personal computer* untuk membuat konten dan mengelola website

METODE PELAKSANAAN

Berikut ini adalah metode pelaksanaan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat berdasarkan analisa situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra:

- a. Tahap pembuatan website, dilakukan analisa kondisi, kebutuhan dan permasalahan mitra.
- b. Tahap pelatihan dan sosialisasi, dilakukan pendampingan cara membuat iklan produk UMKM dan *content writer*
- c. Tahap pemberian bantuan sarana, dilakukan secara langsung kepada mitra berupa *personal computer* yang dapat digunakan oleh Yayasan Rikalikas untuk membuat konten dan mengelola website.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Selasa, 27 Desember 2022. Kegiatan ini dihadiri oleh 22 anggota UMKM dari Yayasan Rikalikas. Kegiatan pelatihan pada pengabdian ini adalah mengenai *Search Engine Optimization (SEO)*, *copywriting*, dan pemanfaatan media sosial untuk UMKM. Diharapkan setelah mendapatkan pelatihan, anggota mitra dapat memanfaatkan dan mengelola website media UMKM dengan baik, sehingga dapat memaksimalkan pemasaran produk-produk UMKM secara digital. Kegiatan pelatihan diikuti dengan baik dan antusias oleh anggota mitra dan berharap kegiatan ini akan berlanjut di masa yang akan datang.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan *Copywriting*



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk UMKM



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian dengan Yayasan Rikalikas

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mendukung program SDGs dalam poin 8 (delapan) pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Peran UMKM dalam menyumbang PDB terbesar di Indonesia yang perlu dukungan untuk memberikan pertumbuhan ekonomi yang lebih maksimal. Diharapkan dengan penyediaan website media UMKM, pelatihan dan sosialisasi mengenai *Search Engine Optimization (SEO)*, *copywriting*, dan pemanfaatan media sosial untuk UMKM, serta bantuan sarana berupa *personal computer* yang dapat digunakan oleh UMKM dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan.

Menurut Darno (2023) dengan terwujudnya SDGs point 8 ini gambaran *output* yang diharapkan berupa:

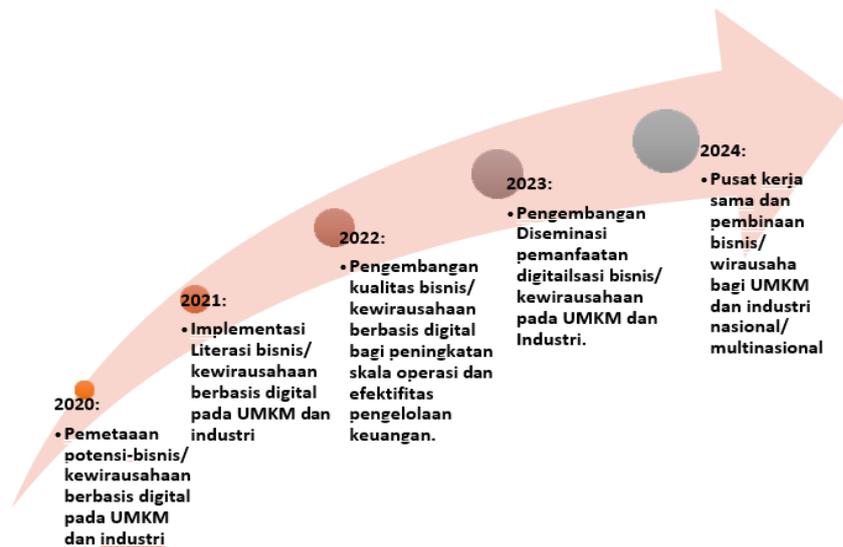
1. Terentaskannya kemiskinan dan kelaparan di pada masyarakat.
2. Terwujudnya desa yang mengenal akan digitalisasi UMKM.
3. Terciptanya transparansi pendistribusian produk dengan jasa

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu:

1. Platform distribusi produk yaitu website media UMKM
Website media untuk UMKM yang dibangun adalah HiUMKM. HiUMKM merupakan platform media kolaborasi UMKM yang menyajikan informasi mengenai berita, artikel informasi seputar UMKM, bisnis, keuangan dan media promosi berupa review produk UMKM dan lainnya. HiUMKM merupakan produk hasil dari PKM Kolaborasi Internal hasil kolaborasi dosen Fakultas Komunikasi Bisnis dan Fakultas Ilmu Terapan dari Universitas Telkom yang tergabung dalam Research Alliance Ko+Lab bersama mitra Yayasan Rikalikas.
2. Pelatihan dan sosialisasi mengenai *Search Engine Optimization (SEO)*, *copywriting*, dan pemanfaatan media sosial untuk UMKM
Pada pelatihan ini peserta diarahkan untuk membuat media sosial berdasarkan segmen pasarnya. Peserta belajar menggunakan aplikasi pesan online yaitu whatsapp bisnis, dan media sosial facebook dan instagram. Pelatihan *copywriting* juga dilakukan untuk meningkatkan kemampuan peserta UMKM agar dapat menulis teks secara kreatif dan berdasarkan riset pada media pemasaran yang digunakan.
3. Publikasi Ilmiah
Luaran kegiatan pengabdian masyarakat ini dipublikasikan pada jurnal ilmiah pengabdian masyarakat yaitu *I-com: Indonesian Community Journal*.
4. Publikasi ke media massa
Luaran kegiatan pengabdian masyarakat ini juga dipublikasikan pada media cetak, yaitu Kompasiana.

Feedback kegiatan disebarakan melalui kuisisioner pada saat kegiatan pengabdian berlangsung. Hasil *feedback* kegiatan yang dilakukan, mitra sangat merasa terbantu karena menambah pengetahuan untuk memasarkan produknya secara digital. Mitra juga mengharapkan adanya keberlanjutan kegiatan pengabdian ini di masa yang akan datang.

Potensi keberlanjutan program ini sangat besar karena mendukung gerakan digitalisasi UMKM dari Kementerian Koperasi dan UKM sehingga dapat dilanjutkan di pengabdian masyarakat hibah eksternal atau pun di kegiatan CSR Industri. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengikuti bidang kajian Marketing di digital marketing dan kajian *Business innovation & Development* untuk digital *entrepreneur* seperti pada gambar 3 dan 4.



Gambar 4. Roadmap PKM KK *Business Innovation and Development*

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah tersedianya HiUMKM, website media UMKM yang diharapkan membantu dalam memberikan edukasi dan penyampaian informasi bagi mitra UMKM dari Yayasan Rikalikas. Media tersebut juga akan membantu UMKM untuk beriklan secara gratis tanpa dipungut biaya. Bentuk iklannya dalam bentuk banner ataupun konten artikel yang memanfaatkan keaktifan UMKM mitra sebagai *citizen journalism*.

Pelatihan yang diberikan mengenai *Search Engine Optimization* (SEO), *copywriting*, dan pemanfaatan media sosial untuk UMKM disambut baik oleh peserta kegiatan. Pada pelatihan ini peserta diarahkan untuk dapat mengelola whatsapp bisnis, facebook dan instagram. Peserta juga dilatih menjadi *copywriter* yang mampu menulis teks secara kreatif pada berbagai media pemasaran. Mitra mengharapkan adanya keberlanjutan kegiatan pengabdian dengan tema yang berbeda di masa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Telkom yang memberi pendanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan skema kolaborasi internal, Research Alliance Ko+Lab Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom dan rekan-rekan dosen pada Fakultas Komunikasi Bisnis dan Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bauer, C., Dohmen, P., & Strauss, C. (2011). An Innovative Service and Its Future Strategies. International Conference on Emerging Intelligent Data and Web Technologies.
- Bauman, A., & Lucy, C. (2019). Enhancing Entrepreneurial Education: Developing competencies for success. The International Journal of Management Education,

100293. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.03.005>.
- Blimpo, M. P., & Pugatch, T. (2019). Entrepreneurship education and teacher training in Rwanda. *Journal of Development Economics*, 140, 186–202. <https://doi.org/10.1016/j.jdevco.2019.05.006>.
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, P. P. (2022). Peningkatan marketing UMKM dengan pelatihan desain grafis untuk karang taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8-16.
- Darno. (2023). Enterpreneurship. <https://kewirausahaan.umaha.ac.id/>
- DJKN Kemenkeu. (2022). Diambil kembali dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Juhro, S. (2018). Pembangunan Inklusif Bagi UMKM di Era Digital. Bank Indonesia.
- LIPI. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Bank Indonesia.
- Tjiptady, B. C., Yoto., & Marsono. (2020). Entrepreneurship Development Design based on Teaching Factory to Improve the Vocational Education Quality in Singapore and Indonesia, *4th International Conference on Vocational Education and Training (ICOVET)*, Malang, Indonesia, pp. 130-134, doi: 10.1109/ICOVET50258.2020.9230222.