

---

# Optimalisasi Web Sebagai Promosi Penjualan Produk UMKM Paring Spirulina

Julius Galih Prima Negara<sup>1</sup>, Putri Nastiti<sup>2\*</sup>

<sup>1,2\*</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Email: <sup>1</sup>julius.galih@uajy.ac.id, <sup>2</sup>putri.nastiti@uajy.ac.id

(Naskah masuk: 05 Apr 2022, direvisi: 30 Apr 2022, diterima: 11 Mei 2022)

## Abstrak

UMKM merupakan sektor usaha yang telah terbukti dalam beberapa tahun krisis, sektor usaha ini telah mampu menggerakkan perekonomian Indonesia untuk tetap bertahan. Namun, UMKM memiliki kelemahan, antara lain kurangnya pendanaan, kurangnya keahlian organisasi, dan kontrol administrasi yang ketat. UMKM memiliki sisi positif yaitu memiliki fleksibilitas yang baik untuk berkembang, yang dapat menjadi peluang. Paring Spirulina merupakan salah satu UMKM di Sleman, D.I. Yogyakarta yang bergerak di bidang budidaya spirulina, pengolahan, dan pemasaran spirulina dalam berbagai macam produk. Paring spirulina telah memenuhi beberapa standar produksi dan memiliki sertifikasi produk. Edukasi tentang produk dan pemasaran merupakan bagian penting dari jaringan bisnis ini. Hingga tahun 2020, Paring Spirulina masih melakukan edukasi dan pemasaran secara konvensional. Jaringan pemasaran konvensional ini menjadi peluang bagi akademisi untuk berkontribusi dalam menghadapi kebutuhan masyarakat. Pemilik bisnis memperkirakan penggunaan teknologi dapat membantu pemilik bisnis mencapai target pemasaran produk dan edukasi yang lebih luas, bahkan menyentuh pasar global. Pengabdian yang dilakukan untuk UMKM Paring Spirulina adalah berupa implementasi situs web. Dengan kemampuan teknologi informasi ini diharapkan dapat menjadi cara yang efektif untuk memperluas pasar Paring Spirulina. Telah dilakukan pengembangan website dan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan pemasaran dan edukasi produk.

**Kata Kunci:** UMKM, situs web, pemasaran, pelatihan.

## WEB OPTIMIZATION AS A SALES PROMOTION FOR PARING SPIRULINA

### Abstract

*SMEs are business sector that have been proven in several years of crisis, this business sector has been able to drive Indonesia's economy to survive. However, UMKM have weaknesses, including lack of funding, lack of organizational expertise, and tight administrative controls. UMKM have a positive side, namely having good flexibility to develop, which can be opportunities. Paring Spirulina is one of the UMKM in Sleman, D.I. Yogyakarta, which is engaged in the cultivation of spirulina, processing, and marketing of spirulina in a wide range of products. Paring spirulina has met several production standards and has product certification. Education about products and marketing is an important part of this business network. Until 2020, Paring Spirulina still carries out conventional education and marketing. This conventional marketing network is an opening for academics to contribute to facing the needs of society. Business owners estimate that the use of technology can help business owners achieve broader product marketing and education targets, even touching the global market. Information technology in the form of a website is one of the answers to this dedication. With this information technology capability, it is hoped that this will be an effective way to expand the Paring Spirulina market. Website development and training on the use of information technology for marketing development and product education were conducted.*

**Keywords:** SMEs, website, marketing, training.

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi sebuah kota atau kabupaten didukung oleh berbagai aspek salah satunya oleh industri kecil dan menengah. Tidak semua daerah adalah kota atau kabupaten besar yang ditopang oleh industri besar seperti manufaktur, dan industri besar lainnya. Namun demikian industri kecil dan menengah pun mulai menggeliat dan memberikan sumbangsih besar dalam roda perputaran ekonomi daerah bahkan memiliki sumbangsih terhadap perekonomian bangsa. Indonesia sebagai negara berkembang memang masih dalam tahap industrialisasi, namun sektor jasa industri kecil terus menunjukkan peran yang meningkat [1].

Sektor industri yang belum maju dan fakta bahwa berdasarkan tingkat GNI per kapita yang lebih rendah-menengah (\$ 3630 pada 2014), HDI kelas menengahnya (0,684) Indonesia dianggap sebagai negara berkembang. Berdasarkan konsep UK sebuah gagasan dibangun yaitu negara melakukan transfer kebijakan sebagai cara untuk mendorong industri kreatif sebagai instrument pembangunan ekonomi Indonesia [2]. Ada kebijakan-kebijakan yang sudah diturunkan oleh pemerintah pusat hingga ke tingkat daerah untuk memaksimalkan perkembangan UMKM. Salah satu dukungan oleh pemerintah adalah finansial, pelaku UMKM beberapa tahun terakhir sudah menerima dana insentif atau pinjaman dengan bunga rendah sebagai stimulus.

Sleman merupakan sebagai salah satu kabupaten dari 4 kabupaten 1 kota di D.I.Yogyakarta yang berpotensi menjadi kabupaten yang mendapatkan dampak positif dari adanya UMKM dan industri kreatif. Di Kabupaten Sleman ada sebuah unit usaha bernama Paring Spirulina. Ini adalah sebuah unit kolam budidaya Spirulina mandiri yang mulai aktif secara komersial semenjak Januari 2020. Spirulina merupakan alga berfilamen mikroskopis yang mengandung vitamin, protein, asam amino esensial, mineral dan asam lemak esensial seperti asam  $\gamma$ -linolenat (GLA) [3], [4]. Paring Spirulina memproses sendiri Spirulina yang dihasilkan hingga menjadi produk akhir yang sudah memiliki sertifikasi BPOM dan Halal MUI. Kapasitas produksi maksimal Paring Spirulina adalah 36 kg / bulan. Selain unit komersial, Paring Spirulina juga terbuka untuk menjalin kerjasama dengan berbagai *stakeholder* lain seperti dunia akademik. Paring Spirulina memiliki harapan untuk berkontribusi menjadikan Spirulina semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia dan mampu untuk membantu memenuhi kebutuhan Spirulina dalam negeri agar kebutuhan spirulina impor semakin berkurang.

Berbagai kalangan penggiat usaha kecil sampai dengan perusahaan selayaknya menambah cara peningkatan produksi atau pendapatan mereka dengan berkembangnya teknologi. Terkait dengan kemajuan teknologi informasi, UMKM dapat menggunakan salah satu kemajuan teknologi informasi untuk mengembangkan spektrum pemasaran [5]. Website adalah sebuah situs/laman untuk menyampaikan suatu informasi yang di dalamnya bisa berisi gambar, suara, teks, atau gabungan dari ketiganya [6]. Teknologi ini memungkinkan masyarakat, dalam konteks UMKM adalah konsumen untuk mendapatkan informasi jasa, produk, dan tawaran lain dari pemilik usaha. Pengusaha dapat sedemikian rupa mengkreasikan tampilan jasa, produknya dalam laman website agar masyarakat tertarik, mendapatkan informasi dan pada akhirnya menjatuhkan

pilihan pada usaha tersebut. Seperti diungkapkan oleh beberapa pihak bahwa beberapa perusahaan meningkatkan kualitas desain web dan meningkatkan kualitas layanan interaksi dengan pelanggan [7].

Selama ini UMKM Paring Spirulina masih memanfaatkan cara konvensional untuk melakukan edukasi dan pemasaran produk. Selain UMKM ini berfokus pada penelitian dan pengembangan produk, serta kontrol kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan pasar, Paring Spirulina membutuhkan terobosan baru dalam memasarkan produk untuk menyentuh pasar nasional maupun global. Tingkat impor produk spirulina di Indonesia cukup tinggi menurut penuturan pemilik usaha ini. Maka dari itu masyarakat perlu diberikan informasi tentang unit usaha lokal yang mampu memenuhi kebutuhan terhadap spirulina. Pandemi Covid-19 juga berdampak dalam beberapa bidang, memaksa masyarakat untuk menghadapi dan mengatasinya dengan tepat [8][9]. Masyarakat perlu terobosan baru dalam bertransaksi spirulina secara konvensional, menuju transaksi jarak jauh dan digital, untuk mendukung protokol kesehatan di era pandemi Covid-19.

Berdasarkan fakta yang dipaparkan di atas, maka kami merencanakan sebuah pengabdian yang diharapkan menjadi jawaban atas tantangan. Pengabdian ini disusun untuk menciptakan website UMKM dan pelatihan administrator website untuk optimalisasi marketing dan komunikasi. Kegiatan yang akan dilakukan adalah membuat aplikasi website UMKM. Melalui aplikasi yang akan dibuat, pemilik UMKM dapat memberikan edukasi tentang produk yang dihasilkan. Website tersebut juga dapat digunakan pemilik usaha untuk menjadi jembatan bagi customer untuk masuk ke akun e-commerce resmi umkm.

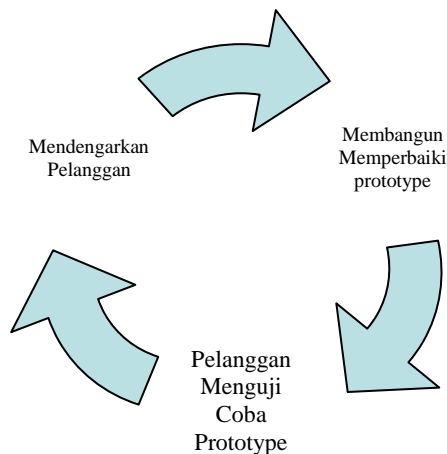
Melalui pendampingan ini diharapkan pemilik usaha dapat terbantu dalam memberikan edukasi dan jual beli produk. Pertama UMKM ini dapat menayangkan dalam bentuk tulisan tentang apa itu spirulina, manfaatnya, dan berbagai keuntungan untuk masyarakat terhadap produk ini. Kedua Paring Spirulina dapat memberikan tautan yang dapat mengarahkan pelanggan dengan mudah tentang produk yang mereka inginkan ke aplikasi *e-commerce*. Terakhir pelanggan dapat berkomunikasi atau konsultasi secara dua arah dengan tautan yang diberikan pemilik usaha berkaitan tentang produknya.

## II. METODOLOGI KEGIATAN

UMKM memiliki beberapa tantangan dalam perjalanan hidup sector tersebut. Sektor penggerak ekonomi Indonesia ini membawa berbagai macam masalah salah satunya adalah pemasaran dan edukasi layanan jasa atau produk kepada masyarakat. Paring Spirulina sebagai salah satu usaha kecil mikro dan menengah yang berada di Kabupaten Sleman, D.I.Yogyakarta ini juga masih menggunakan sarana promosi konvensional. Promosi pada acara yang diselenggarakan pemerintah maupun sektor swasta, promosi dari pelanggan loyal kepada orang terdekat mereka, dan beberapa media promosi konvensional lain. Selaras dengan pengabdian yang dilakukan pada UMKM oleh [10][11][12], website sebagai sistem informasi yang diyakini dibutuhkan oleh UMKM ini

sebagai rujukan utama informasi di media digital, meskipun tidak menafikan tetap diperlukan media komunikasi lain semacam media sosial untuk pengumpan.

Menurut Roger S Pressman, terdapat tiga tahapan dalam pengembangan prototype [13] yaitu mendengarkan pelanggan, membangun dan memperbaiki *prototype*, dan menguji coba *prototype*. Tahapan pembuatan website ini juga dilakukan pada pengabdian oleh [14].



Gambar 1. Tahapan pengembangan *prototype*

Pengabdian masyarakat ini akan mengadopsi tahapan pengembangan *prototype* Pressman sebagai berikut:

1. Mendengarkan pelanggan

Tahap awal ini dilakukan untuk pengumpulan kebutuhan dari sistem dengan cara mendengar keluhan dari pelanggan. Untuk membuat sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan, maka harus diketahui terlebih dahulu, bagaimana sistem yang sedang berjalan untuk kemudian mengetahui masalah yang terjadi. Didokumentasikan siapa saja actor yang terlibat dan fungsi apa saja yang dapat difasilitasi oleh sebuah website.

Dalam pengabdian ini, kebutuhan UMKM didapatkan dengan wawancara dan diskusi dengan pemilik UMKM Paring Spirulina. Data-data yang dikumpulkan seperti profil usaha, produk, proses produksi, dokumentasi sertifikasi, kontak, transaksi atau testimoni dari pelanggan, dan lain-lain. Selain itu, wawancara ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan atau permintaan tertentu dari pihak umkm yang dapat jadi masukan untuk pembuatan website. Data yang dikumpulkan ini nantinya akan digunakan untuk konten website.

2. Merancang dan membuat *prototype*

Pada tahap ini dilakukan perancangan dan pembuatan *prototype* sistem yang disesuaikan dengan proses bisnis dan kebutuhan pemilik usaha.

3. Uji coba

Pada tahap ini *prototype* dari sistem diuji coba oleh pengguna website atau pemilik usaha. Kemudian dilakukan evaluasi kekurangan dari kebutuhan pengguna.

Pengembangan kemudian kembali mendengarkan keluhan dari pengguna untuk memperbaiki *prototype*.

### III. PELAKSANAAN KEGIATAN

Dari kegiatan wawancara didapatkan informasi bahwa mitra pengabdian ini yaitu Paring Spirulina sudah memiliki situs gratis. Mitra memiliki situs tidak berbayar Google My Business. Selama ini mitra merasa dengan Google My Business memudahkan jalannya usaha dan organisasi untuk mengelola informasi yang ingin disampaikan oleh mereka. Kementerian Perindustrian pernah memberikan pelatihan ini, sehingga Paring Spirulina memanfaatkannya dengan baik untuk memperlancar jalannya usaha yang telah ada.



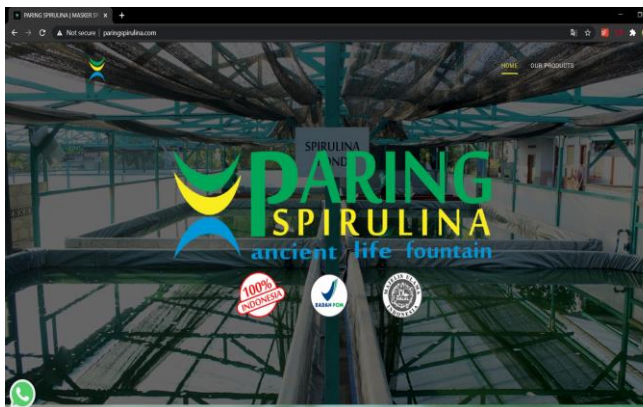
Gambar 3.2 Tampilan Layar Google MyBusiness

Google My Business dirasa oleh pemilik UMKM kurang bergengsi untuk menjadi company profile karena keterbatasan fitur yang disediakan, selain itu juga layanannya tidak berbayar. Maka dari itu, semakin kuat alasan tim pengabdian ini membuat situs web yang dapat digunakan sebagai *company profile* Paring Spirulina.

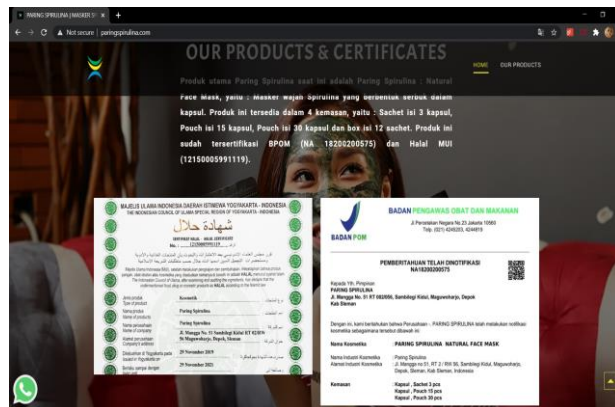
Kemudian tim pengabdian mengumpulkan data dan informasi atau kebutuhan pengguna untuk sebuah website. Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul, tim melakukan implementasi pembuatan situs web. Alamat situs web yang dibuat untuk mitra adalah:

<http://www.paringspirulina.com/>. Informasi yang terkumpul dari proses sebelumnya dimasukkan menjadi konten situs.

Di bawah ini terdapat beberapa tampilan tangkapan layar terkait dengan website yang telah dibuat dengan beberapa konten informasi produk dari Paring Spirulina.

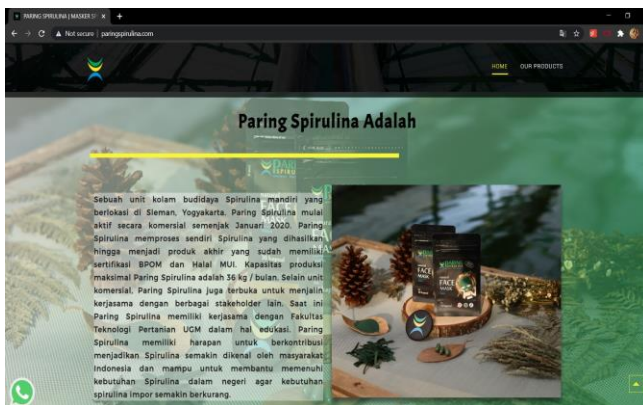


Gambar 4.1 Halaman Beranda

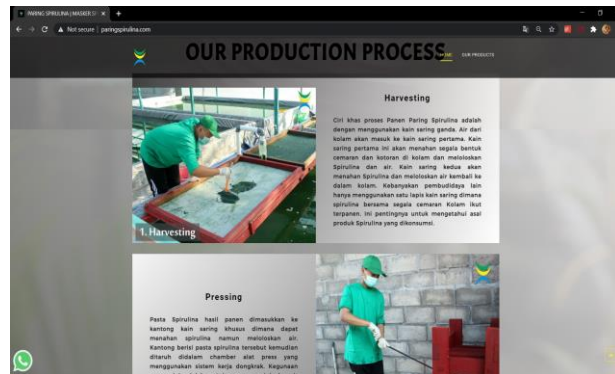


Gambar 4.3 Halaman Sertifikat Halal dan BPOM

Sesuai dengan tujuan awal dari adanya pengabdian ini dengan penciptaan sebuah website adalah penyampaian informasi produk dan edukasi masyarakat tentang sebuah produk hasil UMKM yang kaya manfaat ini.



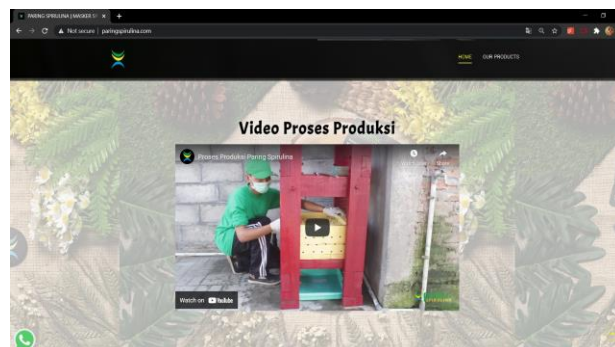
Gambar 4.2 Halaman Tentang Produk



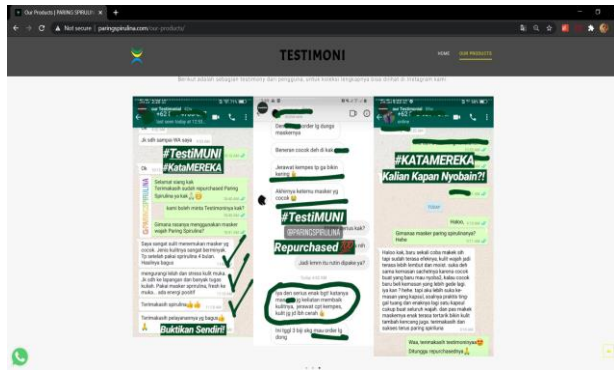
Gambar 4.4 Halaman Proses Produksi

Setelah mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan, implementasi situs web untuk mitra dapat dilakukan. Alamat situs web yang dibuat untuk mitra adalah [www.paringspirulina.com](http://www.paringspirulina.com). Semua informasi yang berkaitan dengan Paring Spirulina dimasukkan ke dalam konten situs.

Dalam meyakinkan konsumen seluruh produsen makanan/jamu/obat-obatan di Indonesia harus teregister di Badan Pengawas Obat dan Makanan. UMKM Paring Spirulina tak luput turut melakukan registrasi dan memiliki sertifikat. Paring Spirulina produknya juga telah memiliki sertifikasi halal MUI. Dengan sudah legal dan halalnya produk ini, maka informasi tersebut layak untuk diberikan kepada masyarakat untuk membuat mereka yakin akan produk UMKM ini, hingga akhirnya memutuskan membeli.



Gambar 4.5 Halaman Video Proses Produksi



Gambar 4.6 Halaman Testimoni

Dengan adanya *company profile* berupa website paringspirulina.com UMKM memiliki media utama digital yang dapat dijadikan oleh masyarakat untuk menggali informasi resmi dan tepat terkait produk paring spirulina. Dalam website tersebut juga diberikan tautan media sosial dan *e-commerce* resmi milik UMKM ini. Masyarakat dapat memilih sesuai dengan kebutuhan mereka untuk lakukan komunikasi dan layanan jual beli lebih lanjut.

#### IV. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang telah disusun dan dilaksanakan ini telah terlaksana sesuai dengan rencana. Telah tercipta sebuah sistem informasi berbasis website yang dipergunakan sebagai media edukasi publik dan pemasaran produk untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Dalam website paringspirulina.com pemilik atau pengelola UMKM Paring Spirulina menambahkan informasi terkait dengan produk, serta beberapa tautan sebagai sarana menjembatani calon pembeli bertransaksi melalui layanan *e-commerce*. Setelah melalui pelatihan pengelolaan website, pemilik dan pengelola website UMKM ini dapat mengatur media promosi mereka dengan baik.

#### REFERENSI

[1] S. Singer, J. E. Amorós, and D. M. Arreola, *Global entrepreneurship monitor: 2011 global report*. London: Global Entrepreneurship Research Association, 2015.

[2] F. Z. Fahmi, P. McCann, and S. Koster, "Creative economy policy in developing countries: The case of

Indonesia," *Urban Stud.*, vol. 54, no. 6, pp. 1367–1384, 2017, doi: 10.1177/0042098015620529.

[3] A. Belay, Y. Ota, K. Miyakawa, and H. Shimamatsu, "Current knowledge on potential health benefits of Spirulina," *J. Appl. Phycol.*, pp. 234–241, 1993, doi: 10.1007/BF00004024.

[4] Z. Khan, P. Bhadouria, and P. S. Bisen., "Nutritional and therapeutic potential of Spirulina," *Curr. Pharm. Biotechnol.*, vol. 6, no. 5, pp. 373–379, 2005, doi: <https://doi.org/10.2174/138920105774370607>.

[5] W. A. Kamakura, R.-J. María A., and J. D. V. Gravel., "A dynamic perspective to the internationalization of small-medium enterprises," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 40, no. 2, pp. 236–251, 2012.

[6] N. Brügger, "Website history and the website as an object of study," *New Media Soc.*, vol. 11, no. 1–2, pp. 115–132, 2009.

[7] K. Al-Qeisi, C. Dennis, E. Alamanos, and C. Jayawardhena, "Website design quality and usage behavior: Unified theory of acceptance and use of technology," *J. Bus. Res.*, vol. 67, no. 11, pp. 2282–2290, 2014, doi: 10.1016/j.jbusres.2014.06.016.

[8] P. Deepak, B. Prativa, K. N. Pradeep, G. Goutam, and R. Goutam, "A Review of Current Interventions for COVID-19 Prevention," *Arch. Med. Res.*, vol. 51, no. 1, pp. 363–374, 2020.

[9] Z. A. E. Putro *et al.*, "Knowledge Sharing Lintas Keilmuan melalui Web-Based Seminar di Masa Work from Home," *Aptekmas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 4, 2020.

[10] Marlen, Daniel Renato, et al. "Pengembangan Website untuk Pemasaran Produk Kerupuk Basah Ashifa di Kabupaten Putusibau." *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi* 1.1 (2021): 56-63.

[11] Bukit, Ferry Rahmat Astianta, et al. "Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner." *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)* 3.2 (2019): 229-236.

[12] Desiani, Anita, et al. "Inovasi digitalisasi promosi potensi dan produk usaha masyarakat desa berbasis website di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan." *Riau Journal of Empowerment* 3.1 (2020): 49-59.

[13] Sommerville, I. (2011). *Software Engineering* 9th Edition. Massachusetts: Addison-Wesley.

[14] Marsella, E., Nastiti, P., & Puspitasari, F. H. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Digital sebagai Media Informasi Gereja Santo Petrus Warak. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 35-41. <https://doi.org/10.34148/komatika.v1i2.410>