

PENGEMBANGAN WEBSITE PAGUYUBAN UMKM SWATANTRA DESA JABUNG SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DAN PEMESANAN

Muttabik Fathul Lathief¹, Arif Fitra Setyawan², Idhawati Hestningsih³, Afandi Nur Aziz Thohari⁴, Sukamto⁵, Slamet Handoko⁶, Amran Yobioktabera⁷, Sirli Fahriah⁸, Suko Tyas Pernanda⁹, Eri Eli Lavindi¹⁰, Angga Wahyu Wibowo¹¹, Aminuddin Rizal¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12}Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang,
Jl. Prof Sudarto Tembalang, Kota Semarang, 50275
E-mail: muttabik.fathul@polines.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are a critical pillar of the Indonesian economy, contributing significantly to economic growth. However, accelerated digitalization has drastically changed the business landscape and consumer behavior, demanding that MSMEs adapt to online platforms to survive and compete. In reality, many grassroots MSME actors, such as those in the Swatantra MSME Association in Jabung Village, Klaten, still face a significant digital divide. Limitations in resources, time, and technical skills make it difficult for them to build a professional 'digital storefront' individually, leaving their business potential sub-optimally exposed. This Community Service Program aims to bridge this gap through the development of an integrated website. The method used is the design of a website that functions as a collective "digital gateway" for the association. This website is designed with three main features: (1) standardized business profile pages for each member, (2) an integrated product catalog, and (3) direct links to the marketplace or order contacts for each MSME. The objective of this website's implementation is to enhance the visibility, professionalism, and competitiveness of all Swatantra MSME Association members in the digital era

Keywords: website, digital marketing, e-commerce, MSMEs

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting perekonomian Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, percepatan digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis dan perilaku konsumen secara drastis, menuntut UMKM untuk beradaptasi ke platform online agar dapat bertahan dan bersaing. Kenyataannya, banyak pelaku UMKM di tingkat akar rumput, seperti pada Paguyuban UMKM Swatantra di Desa Jabung, Klaten, masih menghadapi kesenjangan digital yang signifikan. Keterbatasan sumber daya, waktu, dan keterampilan teknis membuat mereka kesulitan membangun "etalase digital" yang profesional secara individu, sehingga potensi usaha mereka belum terekspos secara optimal. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui pengembangan sebuah website terpadu. Metode yang digunakan adalah perancangan website yang berfungsi sebagai "gerbang digital" kolektif bagi paguyuban. Website ini dirancang dengan tiga fitur utama: (1) halaman profil usaha yang terstandardisasi untuk setiap anggota, (2) katalog produk terpadu, dan (3) tautan langsung ke marketplace atau kontak pemesanan masing-masing UMKM. Tujuan dari implementasi website ini adalah untuk meningkatkan visibilitas, profesionalisme, dan daya saing seluruh anggota Paguyuban UMKM Swatantra di era digital.

Kata Kunci: website, promosi digital, e-commerce, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar peting dalam perekonomian Indonesia yang membantu pertumbuhan ekonomi melalui kontribusinya dalam menciptakan lapangan pekerjaan, turut sera dalam menggerakkan aktivitas ekonomi lokal, serta meningkatkan pemerataan distribusi pendapatan (Sarif, 2023). Menyadari peran strategis ini, pemerintah terus memberikan dukungan penuh, baik melalui regulasi, pendanaan, maupun program pelatihan, untuk mendorong UMKM agar terus tumbuh dan naik kelas (Nizham Ramadhika Handrawan et al., 2024).

Di sisi lain, percepatan digitalisasi yang terjadi di masyarakat mengakibatkan pergeseran yang signifikan pada lanskap ekonomi global dan domestic (Morisson & Ahmad Hafidh Saiful Fikri, 2025). Kebiasaan konsumen berubah, mulai dari pencarian informasi, melakukan proses transaksi, serta interaksi dengan penjual kini beralih ke *platform online* (Nusrida et al., 2024). UMKM harus mampu beradaptasi di era digital ini agar mampu bertahan dan menemukan pasar yang jauh lebih luas (Anggriani Saputri et al., 2023). Pemanfaatan *platform online* seperti media sosial, *marketplace*, dan website dapat membantu UMKM untuk beradaptasi dan membuka peluang tidak terbatas untuk mengembangkan skala usahanya (Siska et al., n.d.). Namun, adaptasi digital yang dilakukan oleh UMKM tidak hanya berhenti pada sekadar memiliki akun di *platform online* saja, namun perlu membangun dan mengelola "etalase digital" agar memiliki reputasi yang baik dan dapat bersaing secara efektif (Arif Hidayatullah et al., 2025).

Pembangunan etalase digital ini memiliki beberapa komponen yang penting. Pertama, pentingnya fitur profil usaha yang informatif dan meyakinkan sehingga UMKM dapat membangun citra dan kepercayaan konsumen (Raharja & Natari, 2021). Kedua, profil tersebut harus didukung dengan adanya katalog barang dan harga yang jelas dan mudah diakses, sehingga calon pembeli dapat dengan mudah untuk melihat produk yang ditawarkan (Sakti Gunawan Irianto et al., n.d.). Selanjutnya, apabila konsumen tertarik, faktor kemudahan dalam pemesanan barang menjadi penentu terjadinya transaksi (Frahayanti et al., 2024). Banyak UMKM telah melangkah lebih jauh dengan memanfaatkan platform marketplace besar, seperti Shopee, Tokopedia, dll. untuk menambah jangkauan pasar dan mengelola pesanan secara lebih sistematis (Natania & Dwijayanti, 2024).

Meskipun kebutuhan tersebut sangat jelas, kenyataan di lapangan menunjukkan tantangan yang berbeda. Banyak pelaku UMKM di tingkat akar rumput, banyak yang masih belum memanfaatkan bahkan belum mengenal *platform* online, sehingga hanya mampu menjalankan usahanya secara konvensional (Wardani Gurning & Kapika Annisa, 2024). Salah satu contohnya adalah UMKM yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Swatantra di Desa Jabung, Klaten. Keterbatasan waktu, sumber daya, dan keterampilan teknis seringkali membuat mereka kesulitan untuk membangun dan mengelola etalase digital yang profesional secara individu. Akibatnya, potensi besar mereka belum terpetakan dan terekspos secara optimal di dunia maya.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah solusi kolektif yang dapat menjembatani kesenjangan digital ini. Pengabdian kepada Masyarakat ini hadir sebagai Solusi tersebut melalui pengembangan sebuah website terpadu untuk Paguyuban UMKM Swatantra Desa Jabung sebagai "gerbang digital" atau hub kolektif yang menaungi UMKM yang tergabung dalam paguyuban tersebut. Website tersebut yang secara spesifik akan menyediakan: (1) Halaman profil usaha yang terstandardisasi untuk setiap anggota paguyuban; (2) Katalog produk terpadu yang menampilkan barang dagangan dari semua anggota; dan (3) Tautan langsung ke *marketplace* atau kontak pemesanan masing-masing UMKM. Dengan demikian, website ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas, profesionalisme, dan pada akhirnya, daya saing seluruh anggota Paguyuban UMKM Swatantra di era digital.

METODE

Tahapan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Tim Pengabdian kepada Masyarakat melaksanakan kegiatan pengabdian melalui empat tahapan. Ada pun tahapan tersebut yaitu :

1. Tahap 1: Persiapan dan Analisis Kebutuhan

Tahap ini berfokus pada pemetaan masalah secara mendalam dan koordinasi awal dengan mitra. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan audiensi dengan pengelola Paguyuban UMKM Swatantra dan perangkat Desa Jabung untuk memaparkan rencana kegiatan serta mendengarkan persoalan yang dihadapi oleh mitra melalui *Focus Group Discussion* (FGD) secara luring dan daring. Dari FGD tersebut diperoleh hasil analisa kebutuhan mitra, yakni *platform online* sebagai media promosi Paguyuban UMKM

Swatantra dan profil UMKM yang tergabung di dalamnya. Selain itu, terdapat kebutuhan untuk mempromosikan produk yang dijual UMKM serta sistem yang menghubungkan calon pembeli dengan penjual agar memudahkan proses pemesanan. Pihak perangkat Desa Jabung juga menyampaikan kebutuhan sistem, yakni perlunya fitur untuk mengelola dan mengawasi UMKM yang telah terdaftar di website agar tetap kondusif.

2. Tahap 2: Perancangan dan Pengembangan Sistem

Berdasarkan analisa kebutuhan dari tahap pertama, tim pengabdian memulai perancangan arsitektur website dengan fokus pada desain antarmuka (UI/UX) yang ramah pengguna (user-friendly). Proses ini berjalan secara partisipatif, di mana tim akan mendampingi anggota paguyuban dalam pengumpulan konten esensial, seperti narasi profil usaha, sesi foto produk sederhana, dan pengumpulan tautan marketplace atau kontak pemesanan. Setelah konten terkumpul, tim melakukan pengembangan teknis pembangunan website menggunakan framework Laravel. Setelah tahap pembangunan selesai dan pengujian internal (alpha testing) untuk memastikan semua fitur berfungsi optimal. Ketika sudah tidak ditemukan bug dalam sistem yang dibangun, tahap selanjutnya adalah deployment pada server agar website dapat diakses secara online.

3. Tahap 3: Implementasi Sistem dan Pelatihan

Inti dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah tahap implementasi sistem dan pelatihan pemanfaatan sistem kepada mitra. Website yang telah lulus uji internal diluncurkan secara resmi dalam acara serah terima sistem. Acara ini dilanjutkan dengan pelatihan pengoperasian website dengan target mitra UMKM di desa Jabung. Pelatihan dibagi menjadi dua sesi: (1) Pelatihan untuk administator (pengurus paguyuban) agar mampu mengelola website secara umum, dan (2) Pelatihan untuk anggota UMKM agar mampu membuat akun, login dan memperbarui halaman profil serta katalog produk mereka secara mandiri.

4. Tahap 4: Monitoring dan Pendampingan

Tim Pengabdian kepada Masyarakat menyediakan pendampingan teknis secara intensif selama 1-2 bulan melalui grup WhatsApp sebagai *helpdesk* bagi anggota paguyuban UMKM yang mengalami kendala dalam pengoperasian website.

Sasaran Pengabdian kepada Masyarakat

Sasaran dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Paguyuban UMKM Swatantra desa Jabung Klaten dan UMKM yang tergabung di dalamnya, serta sasaran dari website yang dibuat adalah konsumen dari seluruh UMKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat telah selesai dilaksanakan dan menghasilkan website untuk Paguyuban UMKM Swatantra yang dapat diakses melalui tautan <https://swatantra.web.id/>. Berikut penjelasan fitur-fitur yang ada pada website tersebut.

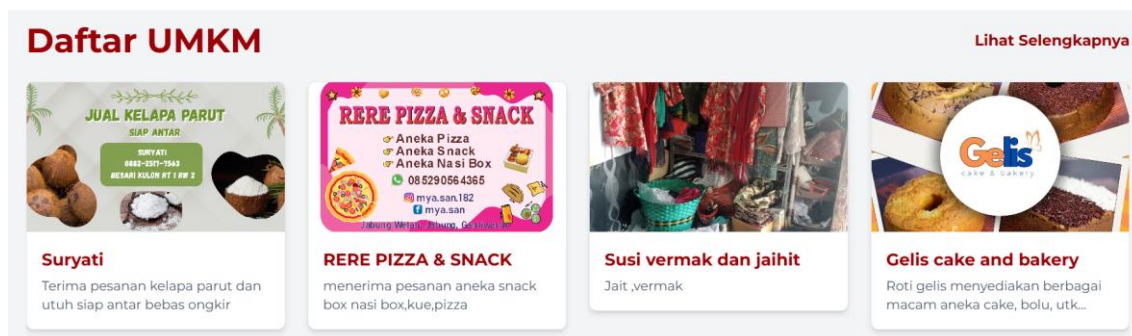
1. Profil UMKM pada Halaman Beranda

Halaman Beranda merupakan halaman yang akan dibuka pertama kali ketika mengunjungi alamat web <https://swatantra.web.id/>. Halaman ini berisi mengenai profil Paguyuban UMKM Swatantra.



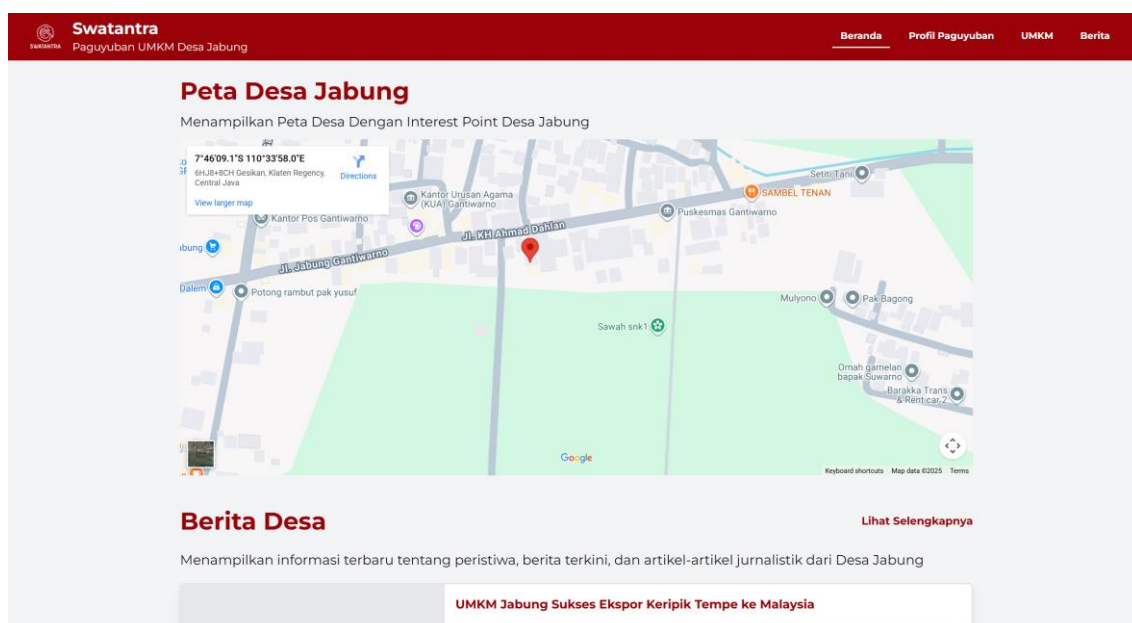
Gambar 1. Halaman Beranda

Selain profil, halaman Beranda juga menampilkan secara sekilas UMKM yang telah terdaftar dalam website. Pengunjung dapat klik foto atau nama UMKM tersebut untuk membuka halaman profil UMKM tersebut.



Gambar 2. Fitur daftar UMKM

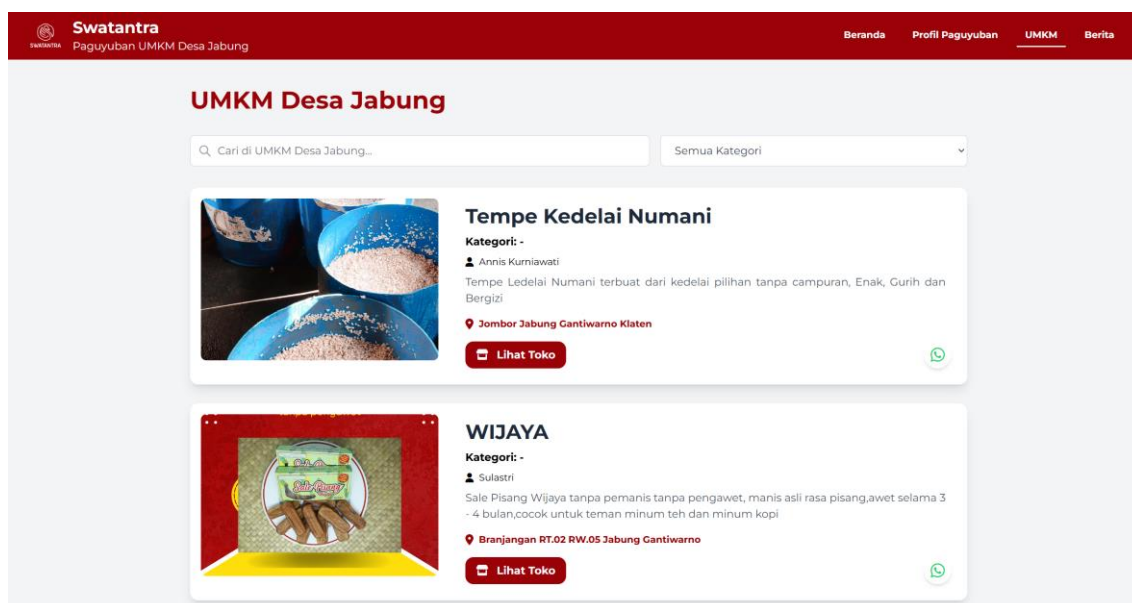
Pada halaman Beranda, terdapat juga informasi peta Lokasi Desa Jabung dan Berita Terkini tentang desa Jabung dan Paguyuban UMKM Swatanra.



Gambar 3. Fitur Peta Lokasi dan Berita Desa

2. Halaman UMKM

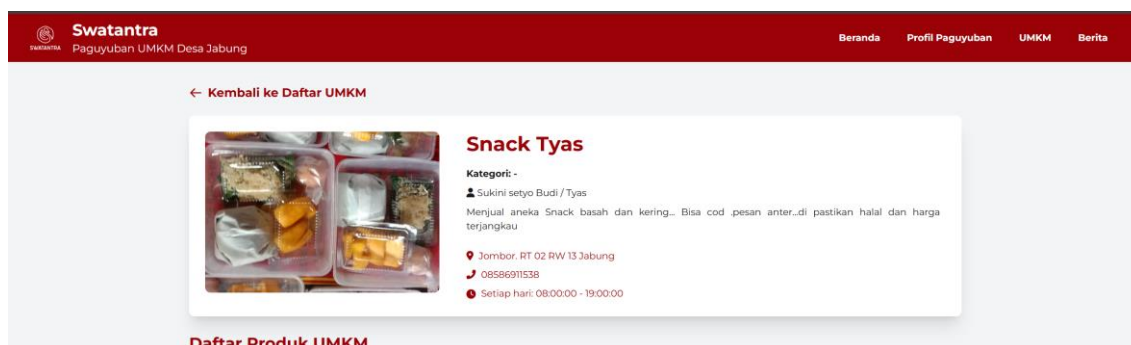
Halaman UMKM menampilkan seluruh UMKM yang telah terdaftar sebelumnya. Pada halaman ini, pengunjung dapat mencari nama suatu UMKM atau menerapkan filter UMKM berdasarkan kategorinya.



Gambar 4. Halaman UMKM

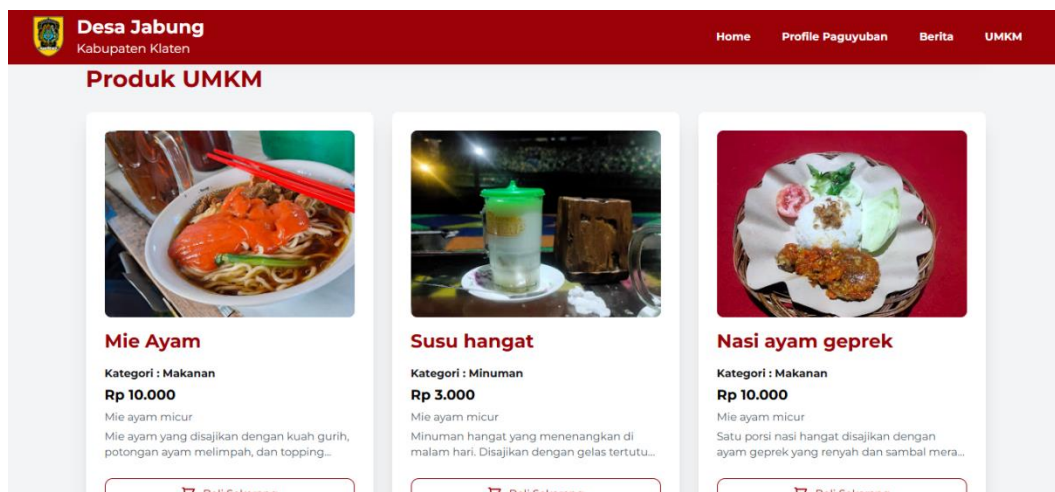
3. Halaman Profil UMKM

Setiap UMKM yang telah terdaftar memiliki profil usahanya masing-masing. Profil ini dapat diakses melalui tombol “Lihat Toko” yang ada di masing-masing UMKM di halaman UMKM. Halaman profil UMKM ini menampilkan informasi detail tentang UMKM tersebut seperti nama UMKM, kategori, nama pemilik usaha, deskripsi UMKM, alamat UMKM, nomor whatsapp umkm, dan jam Buka UMKM.



Gambar 5. Halaman Profil UMKM

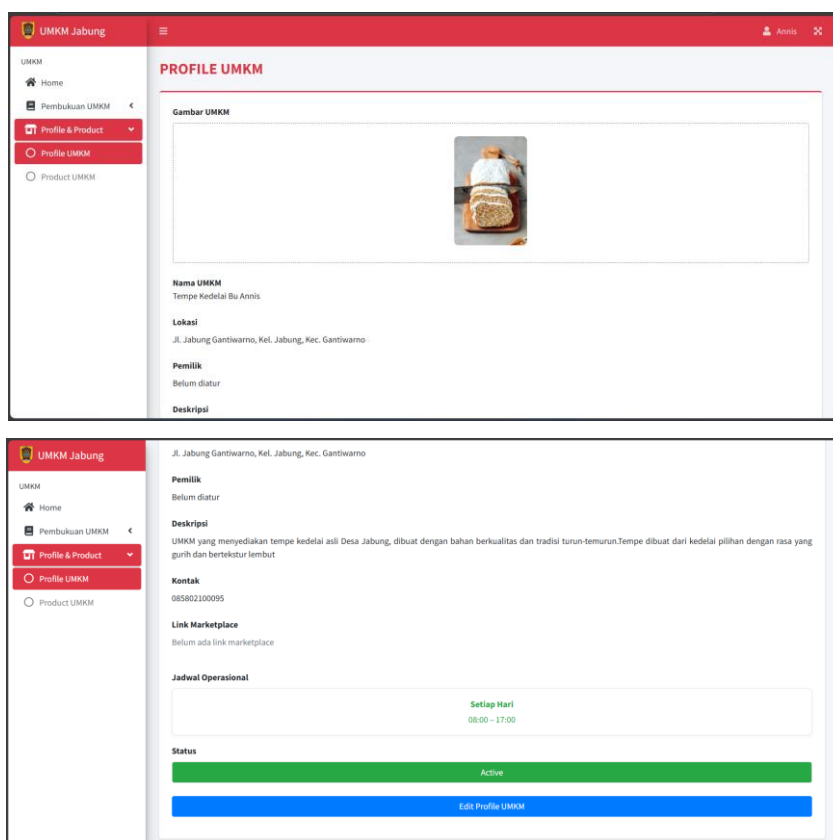
Pada halaman profil UMKM ini juga ditampilkan semua produk yang dijual oleh UMKM tersebut. Jika pengunjung ingin memesan suatu produk, pengunjung dapat klik tombol “Beli Sekarang” untuk mememesannya melalui *marketplace* atau pun whatsapp.



Gambar 6. Fitur Daftar Produk UMKM

4. Halaman Manajemen Profil UMKM

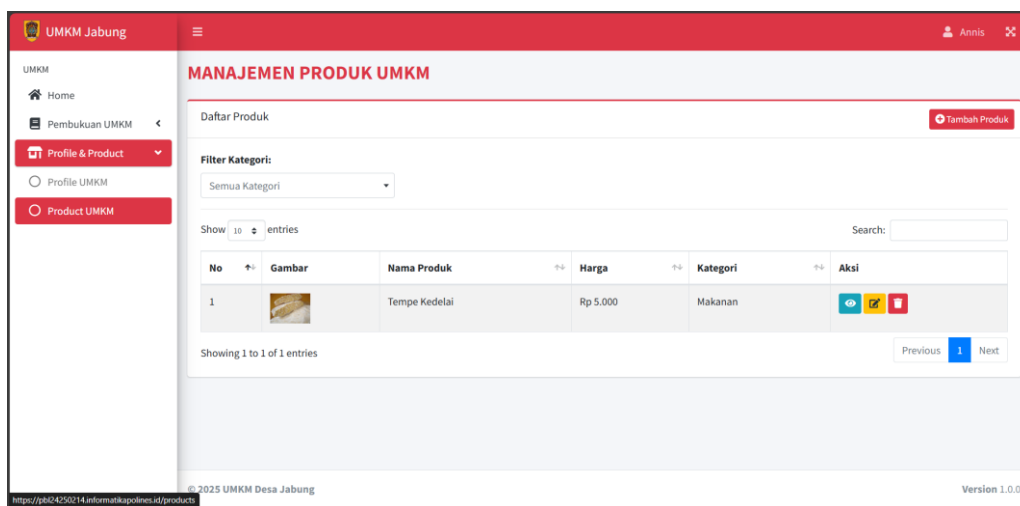
Setiap pemilik UMKM memiliki akun pengguna pada website ini. Melalui akun tersebut, pemilik UMKM dapat mengelola informasi profil usahanya, informasi hari dan jam buka, alamat, hingga produk yang dijual. Untuk mengubah informasi Profil UMKM, pemilik UMKM dapat membuka menu “Profile UMKM”.



Gambar 7. Menu Kelola Profil UMKM

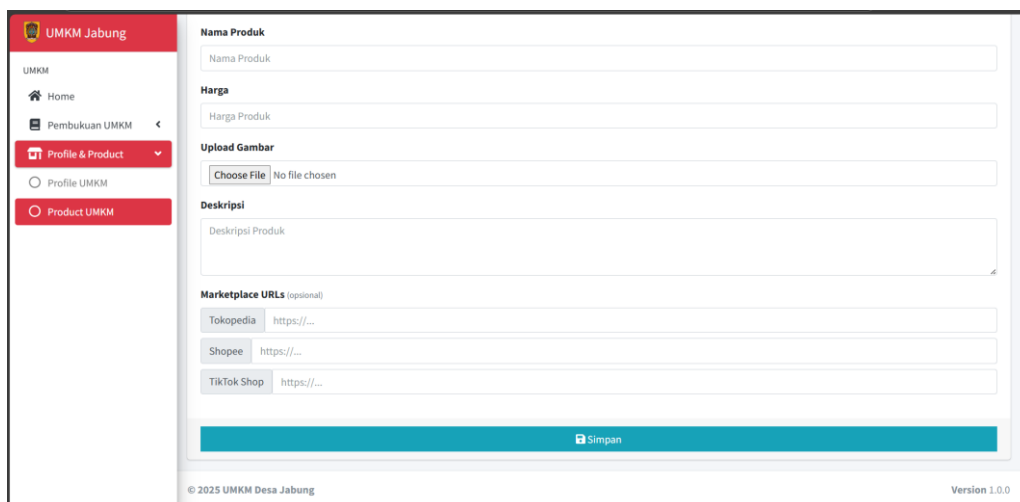
5. Halaman Manajemen Produk

Pemilik UMKM dapat mengelola daftar produk yang dijual melalui halaman Manajemen Produk. Pada halaman ini, pemilik UMKM dapat menambahkan produk baru, atau dapat mengubah dan menghapus produk yang sudah ada.



Gambar 8. Halaman Manajemen Produk UMKM

Apabila pemilik UMKM ingin menambahkan produk baru, dapat klik tombol “Tambah Produk” yang ada di bagian kanan atas, kemudian akan muncul form detail produk yang harus diisi, seperti nama, harga, gambar, deskripsi dari produk tersebut, juga link *marketplace* dari produk tersebut jika ada.

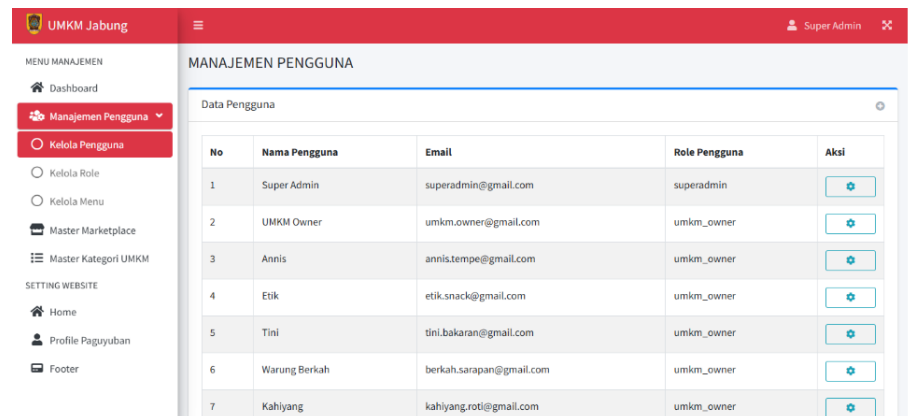


Gambar 9. Menu Tambah Produk

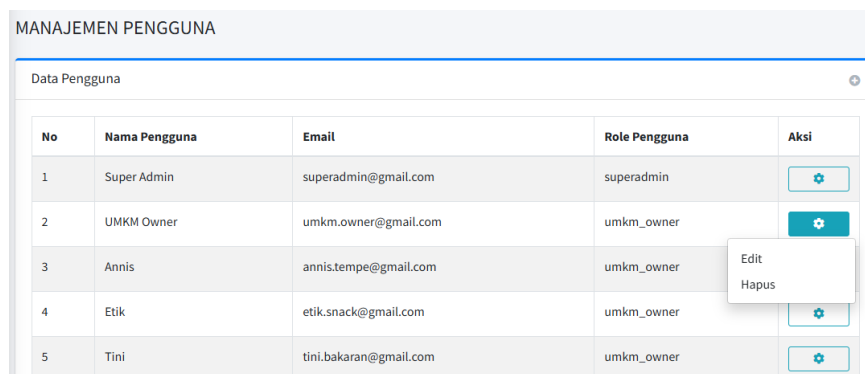
6. Halaman Manajemen Pengguna

Pihak pengelola Paguyuban UMKM Swatantra memiliki akun dengan *role* administrator untuk mengelola akun UMKM yang terdaftar melalui halaman Manajemen

Pengguna. Administrator dapat melihat, mengedit, menghapus dan menambahkan pengguna.

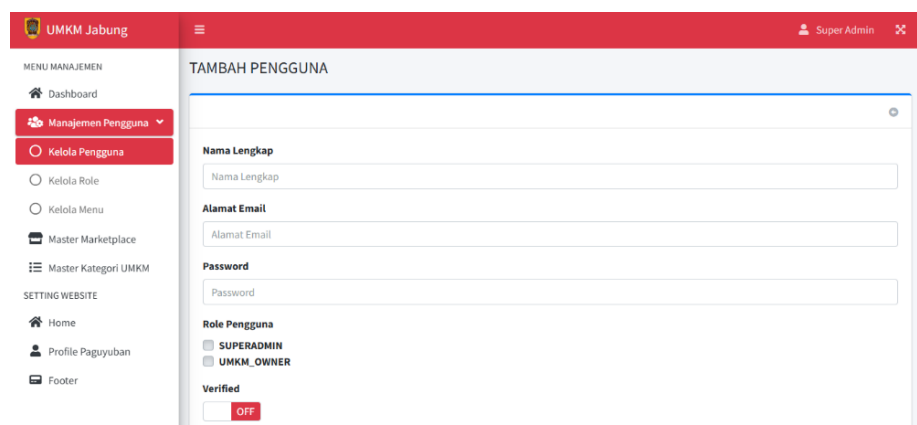


Gambar 10. Halaman Manajemen Pengguna



Gambar 11. Menu Edit dan Hapus Pengguna

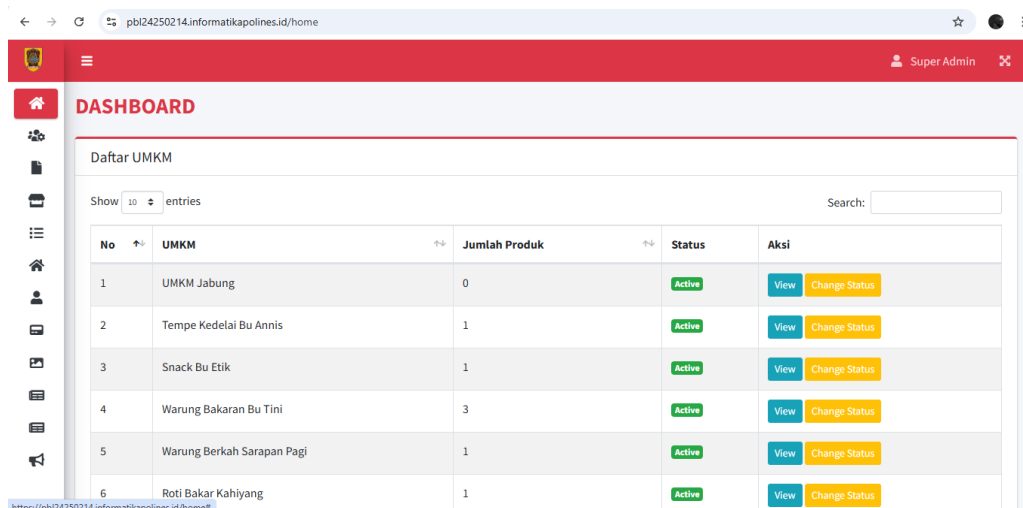
Administrator dapat menambah pengguna baru dengan klik tanda + pada atas aksi, kemudian muncul form detail pengguna baru yang harus diisi.



Gambar 12. Menu Tambah Pengguna

7. Menu Manajemen UMKM

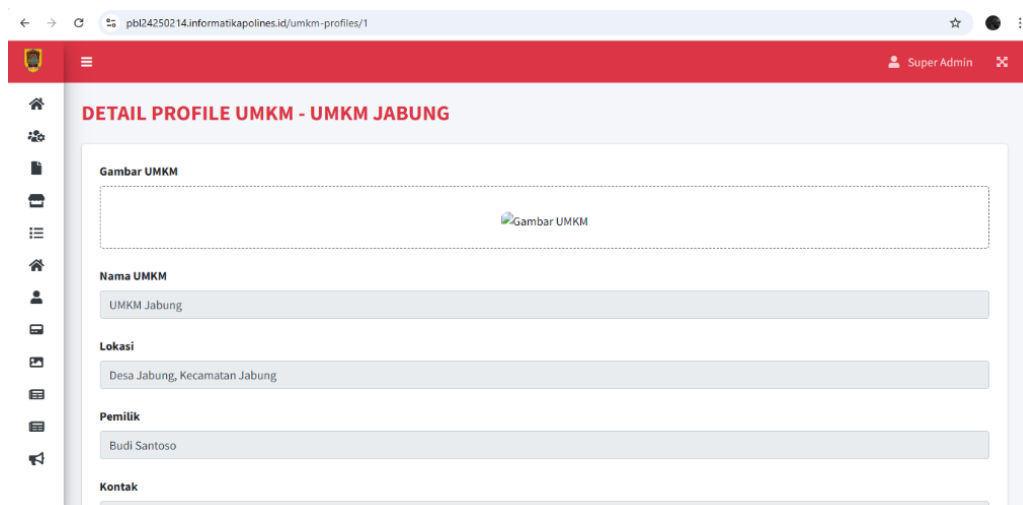
Pemilik UMKM yang telah memiliki akun dapat mendaftarkan UMKM yang dikelola olehnya. Daftar UMKM tersebut kemudian akan dikelola oleh administrator melalui halaman Dashboard. Pada halaman ini ditampilkan seluruh UMKM yang terdaftar beserta status keaktifannya, jumlah produk yang dijual, serta menu aksi untuk mengelola UMKM tersebut.



No	UMKM	Jumlah Produk	Status	Aksi
1	UMKM Jabung	0	Active	View Change Status
2	Tempe Kedelai Bu Annis	1	Active	View Change Status
3	Snack Bu Etik	1	Active	View Change Status
4	Warung Bakaran Bu Tini	3	Active	View Change Status
5	Warung Berkah Sarapan Pagi	1	Active	View Change Status
6	Roti Bakar Kahiyang	1	Active	View Change Status

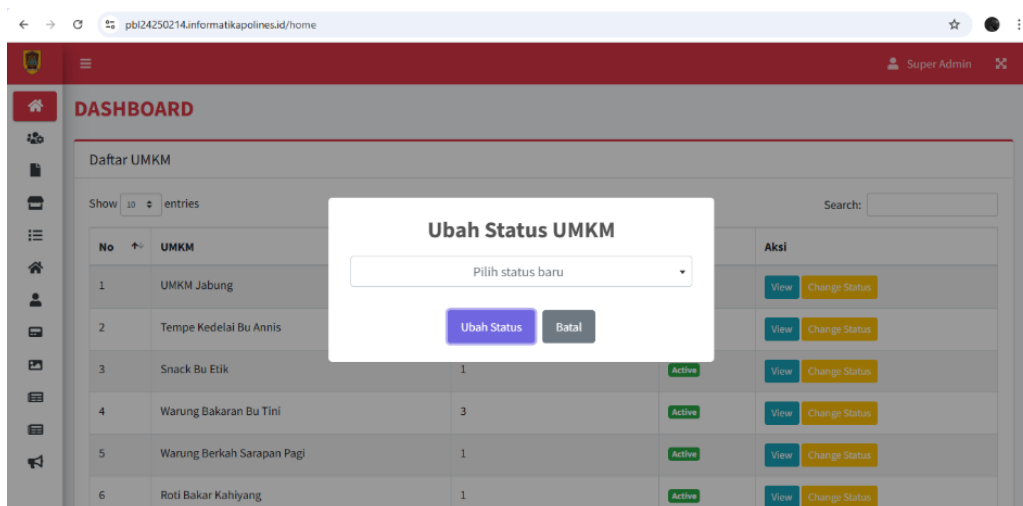
Gambar 13. Dashboard Manajemen UMKM

Setelah pemilik UMKM mendaftarkan usahanya, administrator perlu melakukan verifikasi keaslian UMKM tersebut dan mengubah statusnya menjadi “Aktif” agar UMKM tersebut muncul di dalam website. Untuk melihat detail UMKM yang diajukan pengaktifannya, administrator dapat klik nama UMKM tersebut, kemudian muncul halaman “Detail Profile UMKM”.



Gambar 14. Menu Detail Profile UMKM

Apabila detail profil UMKM tersebut meyakinkan dan asli, administrator dapat mengubah statusnya menjadi “Aktif” dengan klik tombol “Change Status”, kemudian pilih status baru menjadi “Aktif”.



Gambar 15. Menu Detail Profile UMKM

Website Paguyuban UMKM Swatantra ini diserahkan kepada mitra secara simbolik oleh Ibu Idhawati Hestningsih, S.Kom., M.Kom. selaku Koordinator Program Studi D3 Teknik Informatika dan diterima oleh Bapak Pramono Hadi, S.Kom. selaku Kepala Desa Jabung pada hari Kamis, 14 Agustus 2025 bertempat di Kantor Desa Jabung, Kecamatan Gantiwarno, Klaten.



Gambar 16. Penyerahan Website secara Simbolik

Selain penyerahan secara simbolik, tim Pengabdian kepada Masyarakat juga melakukan pelatihan dan pendampingan penggunaan website kepada UMKM yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Swatantra. Pada kesempatan tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan demonstrasi website dan menjelaskan fitur.



Gambar 17. Demonstrasi dan Penjelasan Website

Mitra pengguna atau UMKM juga langsung mencoba mengoperasikan website seperti dengan mendaftarkan usahanya, mengisi profil usahanya, dan menambahkan produk yang dijual.



Gambar 18. Pemilik UMKM Mencoba Mengoperasikan Website

KESIMPULAN DAN SARAN

Website Paguyuban UMKM Swatantra desa Jabung telah menjadi media pengenalan Paguyuban dan UMKM, serta menjadi pemasaran dan pemesanan produk yang dijual UMKM berhasil dibuat dan telah diserahkan secara simbolik kepada mitra pengguna.

Mitra pengguna masih memerlukan pelatihan dan pendampingan lanjut untuk mengoperasikan website tersebut sehingga dapat mempromosikan dan berjualan melalui website tersebut secara maksimal sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani Saputri, S., Berliana, I., Nasrida, M., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Palangka Raya, U. (2023). *PERAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI INDONESIA*. 3(1).
- Arif Hidayatullah, M., Tri Fauziyah, Y., Diyana, H., Yunita Sari, S., Syahril Fitra, R., hidayat, A., & Faisol, M. (2025). *PENGUATAN BRANDING DAN PENGELOLAAN KEUANGAN SEBAGAI STRATEGI UMKM YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN* (Vol. 04, Issue 02).
- Frahianti, F., Aris Syafi, M., Sista Devi, H., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store Daripada Offline Store* (Vol. 3, Issue 1).
- Morisson, B., & Ahmad Hafidh Saiful Fikri, A. (2025). *EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis) Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital*. 18(1). <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis>
- Nizham Ramadhika Handrawan, M., Laily Nisa, F., Kunci, K., Kreatif, E., Pemerintah, P., Daya Manusia, S., & Daya Alam, S. (2024). *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia PERAN PEMERINTAH DALAM PENGGUNAAN EKONOMI KREATIF DENGAN KONDISI PERTUMBUHAN NILAI SDM DAN SDA YANG BERAGAM DI INDONESIA*. In *Jurnal Ekonomi kreatif Indonesia* (Vol. 2, Issue 3). <https://journal.tangrasula.com/index.php/jeki>
- Nusrida, H., Bahar, M., Duhriah, D., & Andeska, M. N. (2024). Transformasi Perilaku Konsumen Muslim Berbelanja Di Pasar Modern Dan Pasar Online. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 369–387. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1844>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). *PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL*. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Sakti Gunawan Irianto, W., Widiyaningtyas, T., Afnan Habibi, M., Iskandar Syah, A., Abdul Hadi, A., & Fuadi, A. (n.d.). *Digitalisasi Produk UMKM Berbasis E-Katalog untuk Meningkatkan Komersialisasi Pemasaran di Lingkungan Komunitas UMKM PADUKA*. <https://attractivejournal.com/index.php/bce>

- Sarif, R. (2023). Peran UMKM dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 1, Issue 1). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Siska, E., Atmojo, D., Prapto, W., Bina, D., & Informatika, S. (n.d.). Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pulo Gadung Jakarta Timur Pada Masa New Normal. *Jurnal Abdimas Perbanas (JAP)*.