

Pengembangan Website untuk UMKM Toko Motor dan Pertanian di Dabo Singkep

Angelina Meriana¹, Andik Yulianto², Ni'matul Ma'muriyah³

Teknologi Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Baloi Sei Ladi, Batam, Indonesia

Email: 2132006.angelina@uib.edu

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 24 Juli 2024

Disetujui : 29 Juli 2024

DOI: 10.37253/madani.v2i4.9613

Kata Kunci :

UMKM, website, UI/UX, Wordpress.

ABSTRAK (Arial Narrow 11, Bold, spasi 1)

Saat ini UMKM tersebar sangat banyak diseluruh Indonesia yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Namun hal ini juga yang menjadi tantangan bagi pemilik-pemilik UMKM dalam bersaing. Mereka harus terus berinovasi untuk mempertahankan bahkan mengembangkan usaha bisnis mereka, jika mereka tidak dapat melanjutkan usaha dan bisnis mereka. Seiring perkembangan teknologi yang pesat saat ini, teknologi digital semakin dibutuhkan dalam bidang apapun termasuk berbisnis. Salah satu solusi efektif untuk menghadapi tantangan tersebut yaitu dengan mengembangkan website sebagai media promosi dan meningkatkan visibilitas UMKM yang dimiliki. Seperti Toko Agro Prima Motor yang merupakan UMKM yang menjual motor, spare-part motor, layanan servis motor dan alat dan bahan untuk bertani seperti benih dan pupuk. Pengembangan situs web ini dimulai dengan observasi dan analisis kebutuhan pengguna yang melibatkan pemilik toko dan pelanggan dengan bertanya langsung kepada pihak yang terlibat. Berdasarkan hasil analisis, dirancang model UI/UX yang memastikan kemudahan dan kenyamanan pengguna. Penulis menggunakan HTML, CSS, dan ReactJS dalam pengembangan situs web. Berdasarkan hasil pengujian, situs web dapat berfungsi dengan baik. Penelitian ini diharapkan memberikan solusi strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: 24 July 2024

Accepted: July, 29 2024

DOI: 10.37253/madani.v2i4.9613

Keywords:

UMKM, website, UI/UX, Wordpress

ABSTRACT (Arial Narrow 11, Bold, spasi 1)

Currently, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) are widespread throughout Indonesia, serving as the backbone of the Indonesian economy. However, this also presents a challenge for MSME owners in terms of competition. They must continuously innovate to maintain and even grow their businesses; otherwise, they risk failing to sustain their operations. With the rapid advancement of technology today, digital technology is increasingly essential in all fields, including business. One effective solution to address these challenges is to develop a website as a promotional medium and enhance the visibility of the MSMEs. For example, Toko Agro Prima Motor is an MSME that sells motorcycles, motorcycle spare parts, repair services, and farming tools and supplies such as seeds and fertilizers. The development of this website began with observation and user

needs analysis involving the shop owner and customers by directly asking the involved parties. Based on the analysis results, a UI/UX model was designed to ensure user ease and comfort. The author used HTML, CSS, and ReactJS in the development of the website. Based on testing results, the website functions well. This research is expected to provide a strategic solution to increase the competitiveness of MSMEs in a broader market.

1. Pendahuluan

Indonesia memiliki 38 provinsi, masing-masing dengan dengan karakteristik ekonomi dan budaya yang unik yang berkontribusi terhadap keanekaragaman dan kekuatan ekonomi nasional. Dalam konteks ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Tidak hanya menjadi tulang punggung bagi banyak komunitas lokal tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Kadin Indonesia mencatat pada tahun 2023 terdapat sekitar 66 juta pelaku usaha UMKM dan kontribusi UMKM mencapai 61% dari PDB Indonesia, setara Rp9.580 triliun (Kadin Indonesia, 2024).

Seiring bertambahnya jumlah UMKM di Indonesia, muncul tantangan baru bagi pelaku usaha, dimana mereka harus bersaing lebih ketat dan terus berinovasi agar dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah adaptasi terhadap teknologi digital, yang semakin menjadi kebutuhan penting di era globalisasi ini. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, terutama website, dapat menjadi solusi yang efektif untuk menghadapi tantangan ini.

Website merupakan sekumpulan halaman informasi yang dapat diakses melalui internet dengan menggunakan URL (*Uniform Resource Locator*) sehingga dapat diakses oleh semua orang (Algivari, Jawry and Ibrahim, 2024). Website biasanya terdiri dari teks, gambar, video, dan multimedia lainnya yang disusun dalam struktur tertentu untuk menyampaikan informasi atau menyediakan layanan kepada pengunjungnya (Arimbi Kurniasari, 2023). Dengan memiliki website, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk dan layanan, serta menyediakan platform untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan (Ariyani, Surahman and Wantoro, 2023).

Banyak UMKM yang masih belum bisa memanfaatkan teknologi digital dengan optimal, terlebih dalam hal pembuatan dan pengelolaan website. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang teknologi informasi, keterbatasan sumber daya, dan anggapan bahwa pembuatan website memerlukan biaya yang tinggi. Padahal dengan adanya website dapat memperluas jangkauan pemasaran dan memudahkan akses informasi oleh masyarakat di mana pun dan kapan pun.

Kendala ini juga dialami oleh pelaku usaha Toko Agro Prima Motor. Toko Agro Prima Motor merupakan toko yang menjual motor, spare-part motor, servis motor, alat dan bahan bertani seperti pupuk dan benih. Toko ini terletak di Jalan Kartini, Bukit Timah, Dabo Singkep dan berdiri pada tanggal 8 Februari 2024 dan hanya memiliki 1 karyawan dan 1 pemilik toko. Oleh sebab toko ini baru dibuka jadi hanya sedikit orang yang tahu, maka diperlukan upaya untuk menjangkau pelanggan melalui

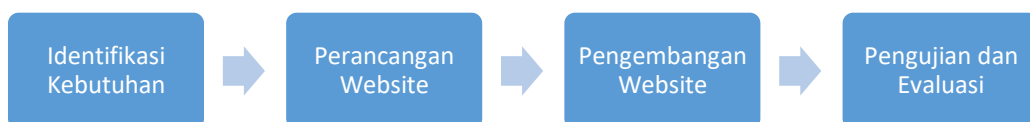
media promosi apapun. Promosi merupakan kegiatan dalam pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan masyarakat terkait suatu produk (Annisa and Wulansari, 2024).

Website dapat menjadi sarana efektif untuk promosi dan pemasaran, serta memudahkan UMKM dalam mengelola informasi bisnis secara efisien. Namun, website yang dirancang harus memperhatikan kebutuhan pengguna dan pemilik UMKM. Oleh karena itu penting untuk menerapkan model UI/UX design dengan efektif. Desain UI/UX memengaruhi cara pengguna berinteraksi dan terlibat dengan produk tersebut. Desain UI (*User Interface*) yang baik membuat produk digital menarik secara visual, intuitif dan kemudahan navigasi, sedangkan desain UX (*User Experience*) memastikan pengguna memiliki pengalaman positif, mulai dari menemukan produk hingga menggunakannya dan mencari dukungan (Hamidli, 2023).

Pembuatan website ini dirancang untuk membantu UMKM beradaptasi dengan teknologi digital sekaligus meningkatkan visibilitas dan daya saing di daerah Dabo Singkep. Website yang dirancang memungkinkan UMKM berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, website juga memberikan solusi yang efisien untuk pengelolaan informasi bisnis dan promosi produk atau layanan, yang sebelumnya mungkin sulit dilakukan secara manual atau melalui metode tradisional.

2. Metode

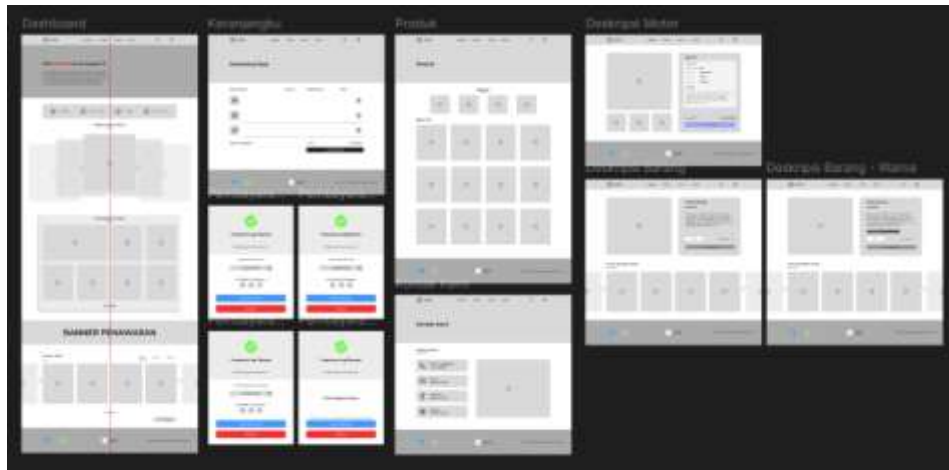
Metode yang digunakan dalam merancang website UMKM Toko Agro Prima Motor di Dabo Singkep dibagi menjadi beberapa tahapan. Tahapan pertama ialah identifikasi kebutuhan dengan cara observasi dan wawancara. Penulis langsung meninjau ke lapangan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan sekaligus mewawancarai pemilik Toko Agro Prima Motor mengenai kendala yang dialami. Penulis juga menganalisis kompetitor sekitar dan menentukan fitur-fitur apa saja yang relevan. Setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan penulis merancang struktur website, seperti tata letak dan visual serta memasukkan konten dan fitur-fitur yang dibutuhkan. Kemudian, struktur website ini diimplementasikan ke publik dengan menggunakan *hosting Wordpress*. Pada tahapan terakhir dilakukan uji coba website untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik. Mengumpulkan feedback dari UMKM dan pelanggan untuk perbaikan dan penyempurnaan, jika ada.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan KP PkM

3. Hasil dan Pembahasan

Sebelum merancang website penulis mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan pemilik UMKM agar website yang dirancang dapat dipastikan membantu pemilik UMKM. Berdasarkan informasi wawancara dengan pemilik UMKM, penulis merancang website dalam bentuk *wireframe* dahulu untuk menunjukkan fungsionalitas dan tata letak situs web sebelum penerapan design.



Gambar 2. Wireframe Website Toko Agro Prima Motor

Wireframe ini mencakup halaman beranda (halaman utama), halaman produk berdasarkan kategori (motor, spare-part motor, alat tani, benih dan pupuk), halaman detail produk, halaman fitur keranjang saya, dan halaman kontak. Setiap halaman dirancang dengan mempertimbangkan navigasi yang mudah dan informasi yang jelas. Penulis tidak merancang halaman login karena pemilik UMKM mempertimbangkan pengguna yang kebanyakan masih gagap teknologi. Sebagai gantinya pengguna dapat dikenali berdasarkan nomor hape dan nama yang akan diminta sebelum melakukan *check out*.

Setelah *wireframe* selesai dibuat, penulis melanjutkan ke tahap desain dengan memasukkan konten seperti gambar, teks, dan warna agar tampilan lebih menarik untuk memastikan pengguna betah dan nyaman berada di website sesuai dengan kaidah UI/UX. Penulis menggunakan HTML, CSS dan ReactJS untuk mengembangkan website karena lebih fleksibel dalam kustomisasi. Berikut adalah hasil implementasi website Agro Prima Motor.

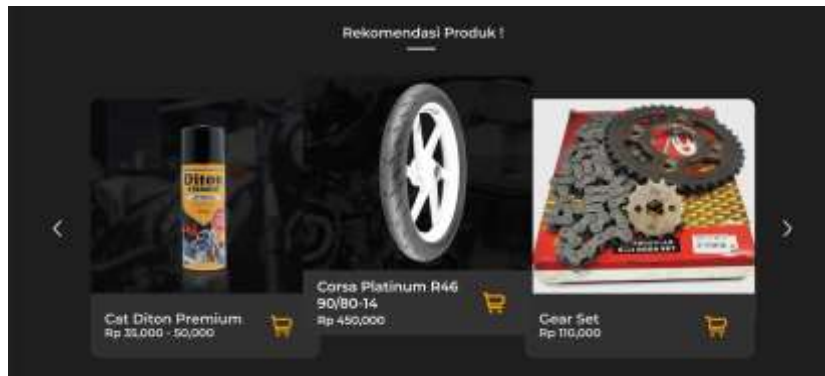
1. Beranda

Halaman beranda merupakan halaman utama dari website. Pada bagian pertama halaman beranda terdapat logo UMKM dan menu navigasi diikuti banner yang berisi slogan dari UMKM itu sendiri untuk membangun *brand awareness* pada pengguna. Kemudian terdapat 4 kategori produk yang ditawarkan.

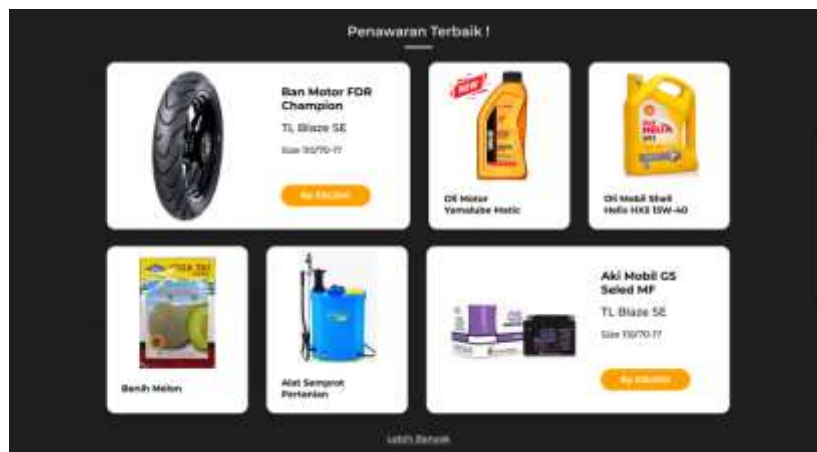


Gambar 3. Hero Section dan kategori

Konten selanjutnya berisi rekomendasi produk yang sering dibeli dan penawaran produk dengan harga yang terjangkau pada Gambar 4 dan Gambar 5. Bagian ini bertujuan menarik perhatian pengguna untuk melihat produk lebih banyak dan meningkatkan penjualan. Selain itu, dapat membuat pengguna tetap berada di situs lebih lama dan menjelajahi lebih banyak halaman.

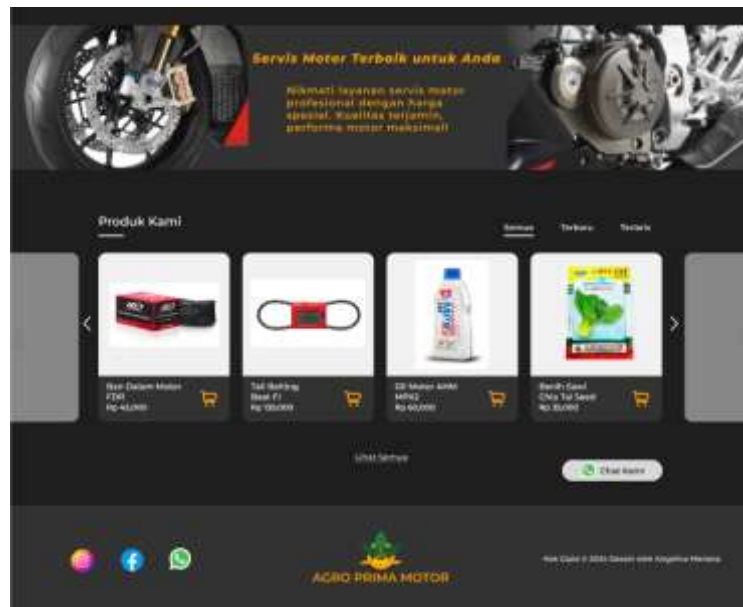


Gambar 4. Rekomendasi Produk



Gambar 5. Penawaran Terbaik

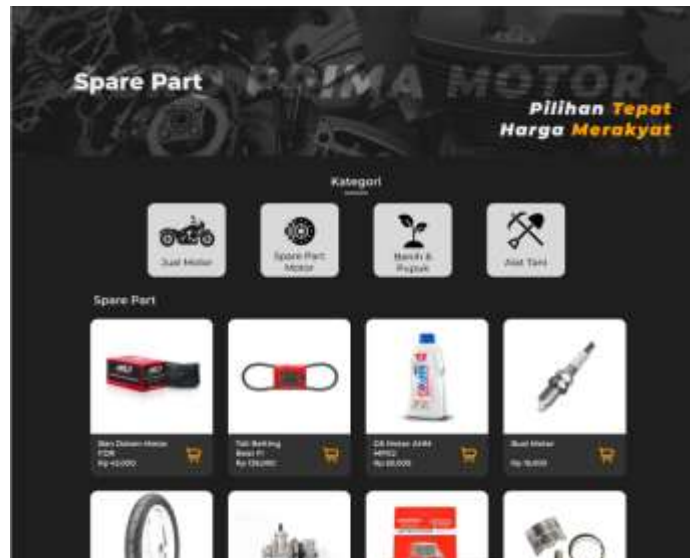
Terakhir, penulis meletakkan banner iklan yang menarik konsumen agar dapat melakukan servis motornya di Toko Agro Prima Motor. Di bawahnya terdapat slider dari produk produk yang tersedia dan footer yang berisi informasi sosial media dari UMKM tersebut. Penulis juga memasukkan fitur *chat Whatsapp* untuk memudahkan pengguna jika ingin berkomunikasi atau berinteraksi dengan pemilik toko. Layanan servis motor juga penulis arahkan ke fitur *chat Whatsapp* agar pengguna dapat berkonsultasi secara langsung.



Gambar 6. Banner, Produk Kami, dan Footer

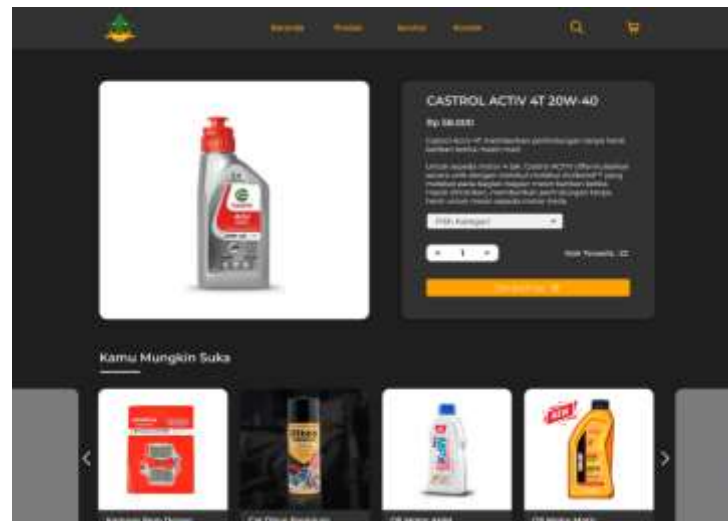
2. Halaman Produk

Halaman produk berisi semua produk berdasarkan kategori yang dipilih, diantaranya motor, *spare-part* motor, benih dan pupuk, dan alat tani. Gambar 7 menunjukkan halaman produk yang ditampilkan dengan masing-masing kategori.



Gambar 7. Produk

Gambar 8 di bawah ini akan mendeskripsikan detail dari produk yang dipilih/diklik pengguna.



Gambar 8. Detail Produk

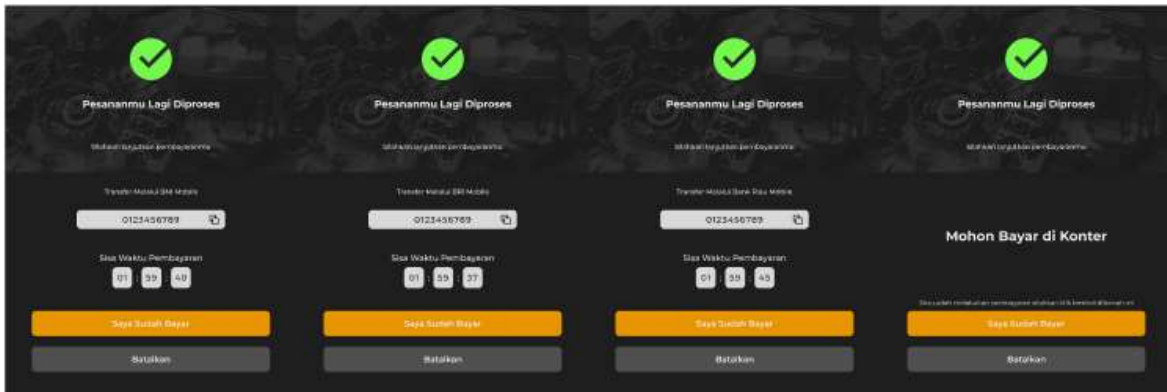
3. Halaman Keranjang Saya

Pada halaman Keranjang Saya akan menampilkan produk yang akan dipesan oleh pengguna serta metode pembayaran yang dipilih sebelum melakukan “Bayar Sekarang” seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 9. Keranjang Saya

Kemudian pengguna akan diarahkan pada halaman *pop-up* pembayaran berdasarkan pilihan metode pembayaran sebelumnya. Halaman *pop-up* dapat dilihat di Gambar 10.



Gambar 10. Halaman *Pop-Up* Pembayaran

4. Kesimpulan

Pengembangan website Agro Prima Motor berhasil diterapkan untuk meningkatkan visibilitas toko. Website ini dirancang dengan fitur-fitur yang relevan membantu UMKM dalam bersaing di pasar yang semakin banyak dan kompetitif. Dengan adanya website, pengguna dapat lebih mudah mengakses informasi mengenai produk dan layanan, serta dapat berkomunikasi langsung dengan toko. Untuk pengembangan lebih lanjut penulis merekomendasikan adanya fitur tambahan seperti *booking* online dan optimasi SEO. Penulis berharap hasil dari Kerja Praktek PKM ini dapat menghasilkan manfaat bagi masyarakat, pemilik UMKM, dan mahasiswa sendiri, sehingga tujuan dari Kerja Praktek ini tercapai.

5. Daftar Pustaka

- Algivari, M., Jawry, F.A. and Ibrahim, T.M. (2024) 'Perancangan Website UMKM D'KRIUK FRIED CHICKEN Pasar Baru Menggunakan Blogger', *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada ...*, 02(01). Available at: <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jipm/article/view/549%0Ahttps://jurnal.ittc.web.id/index.php/jipm/article/download/549/488>.
- Annisa, Z.N. and Wulansari, D. (2024) 'PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO', 6(4), pp. 1–9. Available at: <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>.
- Arimbi Kurniasari (2023) 'Pemanfaatan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Di Ukm Nadira Catering', *Jurnal Ilmiah Teknik*, 2(1), pp. 93–101. Available at: <https://doi.org/10.56127/juit.v2i1.508>.
- Ariyani, M., Surahman, A. and Wantoro, A. (2023) 'Implementasi Metode Aida Dalam Pengembangan Website Sebagai Peningkatan Promosi Produk Makanan Umkm Puding Hayu', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), pp. 250–261. Available at: <https://doi.org/10.33365/jtsi>.
- Hamidli, N. (2023) 'Introduction to UI/UX Design: Key Concepts and Principles', pp. 1–30.
- Kadin Indonesia (2024) *Data dan Statistik UMKM Indonesia*. Available at: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.