

## Peran Website dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Etika Jaya Makmur Desa Benowo

Firmansyah Putra Samudro<sup>1</sup>, Rizky Dermawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur, Surabaya,  
22012010342@student.upnjatim.ac.id<sup>1</sup>, rd.soemanagara@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Etika Jaya Makmur, a micro, small, and medium enterprise (MSME) located in Benowo Village, Surabaya, faces challenges in expanding the market for its leather shoes due to the continued use of traditional marketing methods. A major obstacle is the lack of knowledge among MSME owners about digital marketing, which hinders the optimization of product promotion. This study aims to enhance the competitiveness and market reach of the MSME by introducing and utilizing information technology, specifically through the development of a website as a digital marketing platform. The methods employed include observation, socialization, discussions, and hands-on training sessions. The results of this activity show an increase in the MSME owners' understanding of digital marketing strategies and their skills in creating and managing a website. The developed website serves as a promotional tool that enables the MSME's products to reach a wider range of consumers, unrestricted by distance and time.*

**Keywords :** *Website SMEs (Small and Medium Enterprises) Competitiveness Promotion.*

### ABSTRAK

UMKM Etika Jaya Makmur di Desa Benowo, Surabaya, menghadapi tantangan dalam memperluas pemasaran produk sepatu kulit karena masih menggunakan metode pemasaran tradisional. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM tentang digital marketing menjadi salah satu hambatan utama dalam mengoptimalkan promosi produk. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar UMKM melalui pengenalan dan pemanfaatan teknologi informasi, khususnya melalui pembuatan website sebagai platform pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi tahap observasi, sosialisasi, diskusi, dan pelatihan praktis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi digital marketing dan keterampilan dalam membuat serta mengelola website. Website yang dikembangkan berfungsi sebagai media promosi yang memungkinkan produk UMKM menjangkau konsumen lebih luas tanpa terbatas jarak dan waktu.

**Kata kunci:** Website, UMKM, Daya saing Promosi.

### PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi saat ini, *website* atau pasar online telah menjadi platform utama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk meningkatkan pendapatan. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, UMKM perlu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi agar dapat berkembang. Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja di berbagai negara (Noerchoidah et.al, 2022). UMKM juga berperan signifikan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan mencakup hampir semua sektor usaha (Anam, 2019).

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan media elektronik dan internet untuk mempromosikan produk atau merek kepada konsumen. Dengan

memanfaatkan platform digital seperti website, digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau target pasar secara luas tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu (Susanti, 2020).

Hal ini memudahkan komunikasi langsung antara penjual dan konsumen, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta memberikan kesempatan untuk mengukur dan menganalisis kinerja secara real-time.

Adaptasi yang dibutuhkan UMKM adalah pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana untuk mengembangkan bisnis mereka (Usaha, 2021). Untuk membangun perekonomian nasional, meningkatkan daya saing usaha mikro merupakan hal yang perlu diperhatikan. Daya saing usaha mikro dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan website yang mendukung transformasi bisnis, meningkatkan akurasi dan efisiensi dalam pertukaran informasi, serta memperluas jaringan pemasaran (Agmalia, 2021).

Menghadapi tantangan yang dialami oleh UMKM Etika Jaya Makmur di Desa Benowo, tim pengabdian masyarakat mengambil inisiatif untuk memberikan edukasi mengenai pemasaran produk melalui website. Kegiatan ini meliputi sosialisasi tentang digital marketing serta pelatihan pembuatan website bagi para pelaku UMKM. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk meningkatkan pemahaman UMKM mengenai pemasaran digital dan memberikan pengetahuan dalam penggunaan website, sehingga dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan produk secara lebih efektif.

## **METODE PENELITIAN**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Benowo untuk membantu UMKM Etika Jaya Makmur dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Proses ini dimulai dengan identifikasi awal dan analisis situasi, di mana tim pengabdian terjun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi dan mengumpulkan data terkait tantangan yang dihadapi UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Observasi ini bertujuan untuk memahami permasalahan yang menghambat pertumbuhan usaha, terutama dalam aspek pemasaran dan pengembangan digital. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahap untuk membantu UMKM Etika Jaya Makmur di Desa Benowo.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di daerah Desa Benowo Kecamatan Pakal Surabaya, Jawa Timur. Ada beberapa tahap alur dalam proses kegiatan ini, yaitu:

Observasi => Wawancara => Proses Pembuatan => Tahap Akhir

### **1. Observasi**

Langkah pertama adalah melakukan observasi, yaitu dengan mengamati kondisi lingkungan di sekitar UMKM Etika Jaya Makmur, termasuk lokasi, jenis usaha, serta persaingan bisnis yang serupa. Melalui observasi ini, akan diperoleh informasi yang bermanfaat untuk membantu UMKM dalam mengambil keputusan yang lebih tepat dan meningkatkan kualitas website mereka.

### **2. Wawancara**

Melalui wawancara, kami dapat mengetahui kebutuhan UMKM Etika Jaya Makmur

untuk meningkatkan daya saing mereka. Berdasarkan hasil wawancara, UMKM ini memerlukan banner sebagai salah satu media promosi. Selain itu, UMKM Etika Jaya Makmur juga memerlukan peran website untuk membantu memperluas pemasaran produk dan meningkatkan aksesibilitas, sehingga produk yang dihasilkan dapat dikenal lebih luas oleh konsumen.

### 3. Proses Pembuatan

Tahap berikutnya adalah proses pembuatan website. Dalam kegiatan pendampingan pembuatan website ini, langkah-langkah yang dapat dilakukan meliputi menanyakan preferensi warna yang diinginkan, mengidentifikasi berbagai jenis produk yang dimiliki, serta melakukan diskusi mengenai desain website yang sesuai dengan keinginan pihak UMKM Etika Jaya Makmur.

### 4. Tahap Akhir

Tahap paling akhir yaitu memeriksa kembali hasil pembuatan website apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pihak UMKM Etika Jaya Makmur.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tujuan utama dari pembuatan website untuk UMKM Etika Jaya Makmur adalah memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat lokal maupun internasional, sehingga produk sepatu kulit yang dihasilkan dapat dikenal oleh lebih banyak orang. Melalui website, UMKM ini dapat membangun identitas merek yang lebih profesional dan memperkuat citra produk sepatu kulit sebagai produk berkualitas tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut.

Selain itu, kehadiran website memberikan UMKM Etika Jaya Makmur kemampuan untuk bersaing lebih efektif dengan kompetitor yang sudah memiliki eksistensi di platform digital. Website memungkinkan UMKM mengikuti tren bisnis yang semakin bergeser ke arah digitalisasi dan penjualan online, yang menjadi tuntutan pasar saat ini. Dengan fitur kontak atau chat langsung, pelanggan juga dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pihak UMKM untuk mendapatkan layanan yang lebih responsif, sehingga meningkatkan pengalaman berbelanja mereka.

Secara keseluruhan, pembuatan website ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Etika Jaya Makmur di pasar yang semakin kompetitif, memperluas cakupan pemasaran, serta memperkuat strategi penjualan produk sepatu kulit berkualitas tinggi. Hal ini diharapkan dapat membantu UMKM mencapai pertumbuhan bisnis yang lebih signifikan dan berkelanjutan di era digital. Berikut terdapat tahapan alur pendampingan UMKM Etika Jaya Makmur, yaitu:

#### a. Tahap Observasi

Melakukan pengamatan terhadap kondisi lingkungan di sekitar UMKM Etika Jaya Makmur, termasuk lokasi usaha, jenis bisnis yang dijalankan, serta tingkat persaingan dengan usaha serupa. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang berguna dalam membantu UMKM mengambil keputusan yang lebih akurat dan meningkatkan kualitas website mereka.

#### b. Tahap Pendampingan

Pada tahap ini, kami mengadakan diskusi dengan UMKM Etika Jaya Makmur untuk

membahas berbagai kebutuhan yang ingin dimasukkan ke dalam website mereka. Mengingat pihak UMKM masih kurang familiar dengan konsep website, mereka berharap produk sepatu kulit yang diproduksi dapat dikenal luas oleh masyarakat, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. UMKM juga menginginkan agar website tersebut menampilkan katalog produk secara lengkap dan mudah diakses, sehingga pelanggan dapat dengan mudah melihat berbagai pilihan produk, memeriksa ketersediaan barang, memilih ukuran yang sesuai, serta berkomunikasi langsung dengan UMKM Etika Jaya Makmur.

### c. Pembuatan Website

Tahap selanjutnya dalam pengembangan website adalah proses pembuatan dan desain situs yang akan digunakan oleh UMKM Etika Jaya Makmur. Pada tahap ini, website akan dirancang untuk menampilkan foto- foto produk sepatu kulit yang dihasilkan UMKM secara menarik dan profesional. Berbagai elemen visual yang atraktif akan ditambahkan guna menarik perhatian pelanggan, seperti penggunaan gambar berkualitas tinggi dan tata letak yang intuitif. Selain itu, setiap produk akan disertai dengan deskripsi yang informatif, mencakup detail mengenai bahan, model, ukuran, dan harga, sehingga calon pelanggan mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk yang ditawarkan.



Gambar 1. Pembuatan Website Etika Jaya Makmur

Website ini juga akan memuat informasi kontak UMKM, sehingga memudahkan pelanggan untuk menghubungi langsung jika ada pertanyaan atau kebutuhan lebih lanjut. Logo UMKM yang sudah ada akan ditampilkan dengan jelas sebagai bagian dari upaya membangun identitas merek yang konsisten. Selain itu, website akan menyediakan halaman khusus yang menjelaskan profil UMKM Etika Jaya Makmur secara rinci, termasuk sejarah usaha, visi dan misi, serta komitmen mereka dalam menghasilkan sepatu kulit berkualitas tinggi.

Dengan menyediakan pengalaman pengguna yang mudah dan informatif melalui tampilan yang ramah, navigasi yang jelas, serta informasi produk yang lengkap, website ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan. Hal ini akan membantu meningkatkan kesadaran merek dan mendorong lebih banyak pengunjung untuk melakukan pembelian, sekaligus memperkuat citra UMKM Etika Jaya Makmur di pasar lokal maupun internasional.



Gambar 2. Tampilan Katalog Produk UMKM Jaya Etika Makmur

d. Penyerahan Hasil Capaian

Setelah menyelesaikan proses pembuatan website untuk UMKM Etika Jaya Makmur, kami menyerahkan hasil proyek kepada pihak UMKM dengan harapan bahwa website ini akan memberikan dukungan yang signifikan bagi perkembangan usaha mereka. Website yang telah dibuat diharapkan dapat berfungsi sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan membantu memperkuat kehadiran merek di dunia digital. Selain itu, kami juga melakukan proses dokumentasi secara menyeluruh, mencatat setiap langkah yang telah dilakukan dalam pembuatan website sebagai referensi dan bahan evaluasi di masa depan.



Gambar 3. Penyerahan Hasil Capaian Website Kepada UMKM Etika Jaya Makmur

Untuk meningkatkan citra merek secara efektif, UMKM Etika Jaya Makmur perlu memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik serta membangun komunikasi yang positif dan responsif. Hal ini melibatkan penyediaan layanan pelanggan yang cepat dan ramah melalui fitur kontak langsung di website, yang memungkinkan pelanggan merasa lebih dihargai dan terlayani dengan baik. Selain itu, penting bagi UMKM untuk secara konsisten memperbarui konten website, menambahkan informasi terbaru tentang produk, promosi, atau kegiatan usaha, guna menjaga keterlibatan pelanggan dan membangun kepercayaan mereka terhadap merek. Upaya yang konsisten dalam membangun dan memelihara citra merek yang baik akan memberikan manfaat jangka panjang, seperti meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat daya saing di pasar yang semakin ketat, serta mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat, website ini diharapkan dapat menjadi aset penting bagi UMKM Etika Jaya Makmur, membantu mereka mengoptimalkan pemasaran digital dan mencapai kesuksesan dalam memperluas pangsa pasar baik di tingkat lokal maupun internasional.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi, khususnya digital marketing melalui pembuatan website, merupakan langkah strategis yang dapat meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam era digital saat ini. Studi kasus pada UMKM Etika Jaya Makmur di Desa Benowo mengungkapkan bahwa metode pemasaran tradisional yang selama ini diterapkan kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, tim memberikan edukasi dan pelatihan mengenai digital marketing dan pembuatan website sebagai solusi untuk mengatasi tantangan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang manfaat digital marketing dan keterampilan dalam mengelola website sebagai media promosi. Website yang dibuat berfungsi sebagai platform promosi produk yang memungkinkan UMKM menjangkau konsumen potensial tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk tetapi juga membantu memperluas pangsa pasar, sehingga berpotensi meningkatkan omzet penjualan dan memperkuat posisi UMKM di pasar lokal maupun nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agmalia, N. R. (2021). Strategi Pengembangan Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (Ukm) Melalui Marketing Online (Studi pada Usaha “Distro Bragga” [eprints.ubhara.ac.id/http://eprints.ubhara.ac.id/1303](http://eprints.ubhara.ac.id/1303))
- Anam, K. (2019). Strategi Pemerintahan Dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara. *Journal of Political and Government Studies*, 8(3), 211–220.
- Handajani, L., Akram, Furkan, L. M., dan Rifa'i, A. (2019). Penggunaan Pemasaran Digital pada Usaha Home Industry Kopi Lombok di Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat. *Abdi Insani*, 6(3), 409–421. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v6i3.267>
- Noerchoidah, Nurdina, dan Aripriabowo, T. (2022). Penguatan Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk sebagai Penentu Kinerja UKM. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 08(01), 113–124.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial Desa dan Masyarakat*
- Usaha, R. (2021). Mikro Kecil dan Menengah dalam Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Magister Hukum Udaya*.