

LAPORAN

**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MANDIRI
PRODI INFORMATIKA**



**PENDAMPINGAN PEMBUATAN WEB
PROMOSI PRODUK USAHA MIKRO KECIL
RUMAH HIJAB GISYA KECAMATAN BASO**

Oleh:

RIRI OKRA, M.KOM	: KETUA
YULIFDA ELIN YUSPITA, M.KOM	: SEKRETARIS
SEPTIANDI HIDAYAT	: ANGGOTA
M. IRFAN SURYADI	: ANGGOTA

**FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN (FTIK)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) BUKITTINGGI
2024**

BAB I

ANALISIS SITUASI

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan unit usaha yang sedang banyak mendapatkan perhatian di Indonesia saat ini. UMKM merupakan sektor ekonomi nasional yang paling strategis yang menyangkut kebutuhan hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional [1]. Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha [2]. Selain itu, bisnis UMKM lebih kuat dalam menghadapi krisis global. Untuk bisa menghadapi pasar global memang tidaklah mudah, karena produk UMKM akan bersaing dengan produk negara lain. Menyasiasi hal ini dibutuhkan strategi yang tepat serta upaya yang maksimal untuk mengembangkan UMKM agar bisa bersaing menghadapi pasar global.

Saat ini pelaku UMKM harus mampu memasarkan produknya melalui platform digital, agar bisa mendapatkan jangkauan pemasaran produk yang lebih luas lagi [3]. Peningkatan jangkauan pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dapat dilakukan melalui blog, website dan media sosial.

Rumah Hijab Gisya merupakan salah satu unit usaha mikro kecil (UMK) yang berlokasi di Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Usaha ini bergerak di bidang produksi dan penjualan hijab serta busana muslim, yang memiliki potensi signifikan untuk berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin kompetitif pada era digital saat ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi esensial bagi pelaku usaha guna meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Rumah Hijab Gisya menghadapi berbagai kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan promosi produk. Kendala utama yang diidentifikasi adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan dan pengelolaan situs web sebagai media promosi yang efektif. Akibatnya, informasi produk yang disediakan bagi calon konsumen menjadi sangat terbatas, dan eksposur produk di pasar yang lebih luas menjadi minim.

Pentingnya memiliki situs web yang profesional dan fungsional tidak dapat diabaikan. Situs web berfungsi sebagai etalase digital yang selalu terbuka bagi konsumen, menyediakan informasi lengkap mengenai produk, serta memfasilitasi

transaksi jual beli secara online. Lebih dari itu, situs web dapat meningkatkan kredibilitas dan profesionalisme usaha, sehingga mampu menarik minat konsumen potensial dari berbagai daerah, bahkan hingga mancanegara.

Oleh karena itu, perlu diselenggarakan program pendampingan pembuatan situs web promosi produk bagi Rumah Hijab Gisya. Program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan yang komprehensif kepada pemilik usaha dalam pembuatan dan pengelolaan situs web. Diharapkan, melalui program ini, Rumah Hijab Gisya dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan pemilik usaha dan karyawannya.

Program ini juga selaras dengan visi pemerintah daerah dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis digital, serta mendukung pertumbuhan UMK di wilayah Kecamatan Baso. Dengan adanya program pendampingan ini, diharapkan akan tercipta sinergi yang positif antara akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha dalam mendorong kemajuan ekonomi daerah.

Demikian latar belakang ini disusun sebagai landasan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan pembuatan situs web promosi produk bagi Rumah Hijab Gisya di Kecamatan Baso. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

BAB II

PERMASALAHAN MITRA

Masalah-masalah yang dihadapi oleh Rumah Hijab Gisya antara lain:

1. Penurunan pendapatan penjualan produk hijab dan pakaian semenjak Pandemi Covid-19, atau semenjak 2 tahun belakangan. Hal ini disarankan untuk diselesaikan dengan mengembangkan jangkauan pemesanan produk melalui internet.
2. Kurangnya kemampuan pengelola Rumah Hijab Gisya dalam memanfaatkan teknologi internet, terutama blog dalam menjangkau pasaran produk yang lebih luas. Hal ini diselesaikan dengan memberikan pendampingan pembuatan blog. Pendampingan pembuatan domain blog, agar blog yang dibuat lebih mudah dikenal dan punya brand sendiri dan memudahkan pencarian pada *search engine*.
3. Terbatasnya informasi tentang bagaimana cara melakukan pemasaran produk web, blogi dan media sosial yang tepat guna dan sasaran untuk meningkatkan brand awarness dan brand recognition pada produk yang dijual. Hal ini diselesaikan dengan memberikan pelatihan pengelolaan blog, pembuatan konten.

BAB III

METODE KEGIATAN

A. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan pada uraian Permasalahan yang dihadapi Rumah Hijab Gisya seperti telah dipaparkan pada Bab II, maka ditetapkan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan prioritas Mitra sebagai berikut:

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Pemilik Rumah Hijab Gisya dirasa memiliki kemampuan dan pemahaman terhadap perkembangan iptek yang mencukupi untuk mengelola blog untuk pemasaran produk. Untuk meningkatkan kemampuan diberikan pelatihan tentang penggunaan blog dan membuat konten.

2. Proses

Pendampingan oleh tim dan prodi Informatika dimulai dari sosialisasi blog, dilanjutkan dengan pembuatan blog. Selanjutnya pendampingan pembuatan domain melalui web host.

Setelah blog siap untuk digunakan dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan photo produk, dan membuat postingan atau page pada blog. Selanjutnya pendampingan dilanjutkan pengarahannya penggunaan blog agar lebih maksimal lagi.

3. Produk

Menghasilkan pelaku Usaha Mikro Masyarakat khususnya Pengelola Rumah Hijab Gisya di Kecamatan Baso yang mampu memanfaatkan blog untuk pemasaran produk.

4. Manajemen

Setelah melakukan sosialisasi, dilanjutkan dengan memberikan pendampingan bagi Pengelola Rumah Hijab Gisya untuk dilatih dalam pengelolaan blog untuk pemasaran produk- produk melalui Blog Pribadi yang tepat guna dan sasaran.

B. Rencana Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Pendampingan Pembuatan Web Promosi Produk Usaha Mikro Kecil Rumah Hijab Gisya Kecamatan Baso ini dilaksanakan pada:

- Tanggal : 15 Mei s.d. 30 Juni 2024.
Tempat Kegiatan : 1. Jorong Sungai Cubadak, Kenagarian Sungai Cubadak Kecamatan Baso, Kabupaten Agam
2. Kampus II Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

C. Uraian Kegiatan

1. Rabu, 15 Mei 2024

Kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi blog dan penggunaan blog untuk pemasaran produk. Kegiatan ini dilaksanakan di tempat usaha Rumah Hijab Gisya, Kenagarian Sungai Cubadak, Kecamatan Baso.



2. Senin, 20 Mei 2024 – Sabtu, 15 Juni 2024

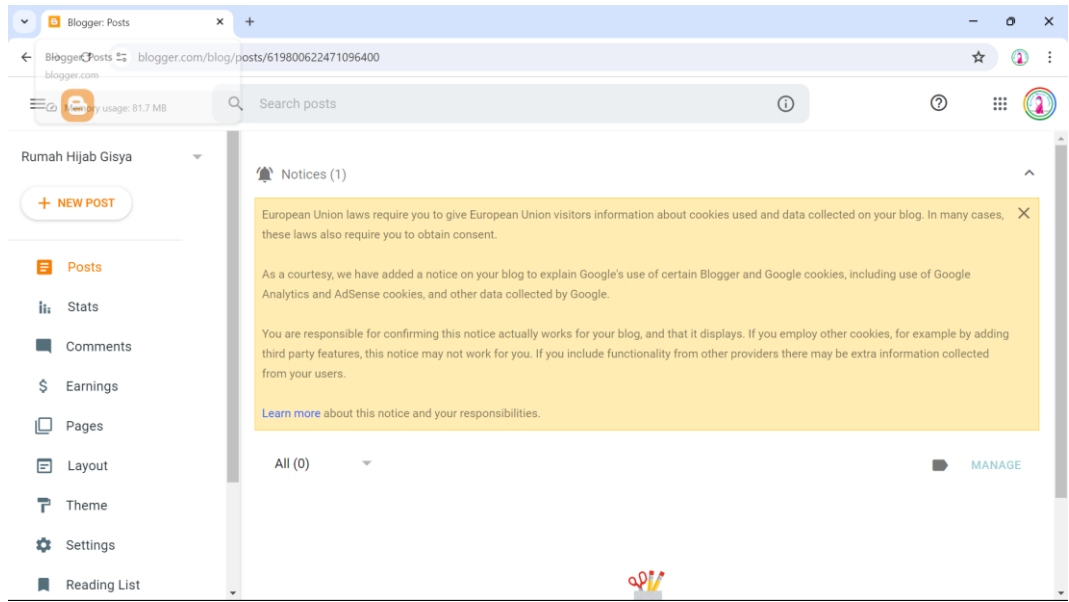
Kegiatan pengumpulan foto produk dan dan deskripsi produk yang dilakukan di tempat usaha Rumah Hijab Gisya, Kenagarian Sungai Cubadak, Kecamatan Baso. Gambar gambar pengambilan foto produk dan hasil foto produk sebagai berikut :

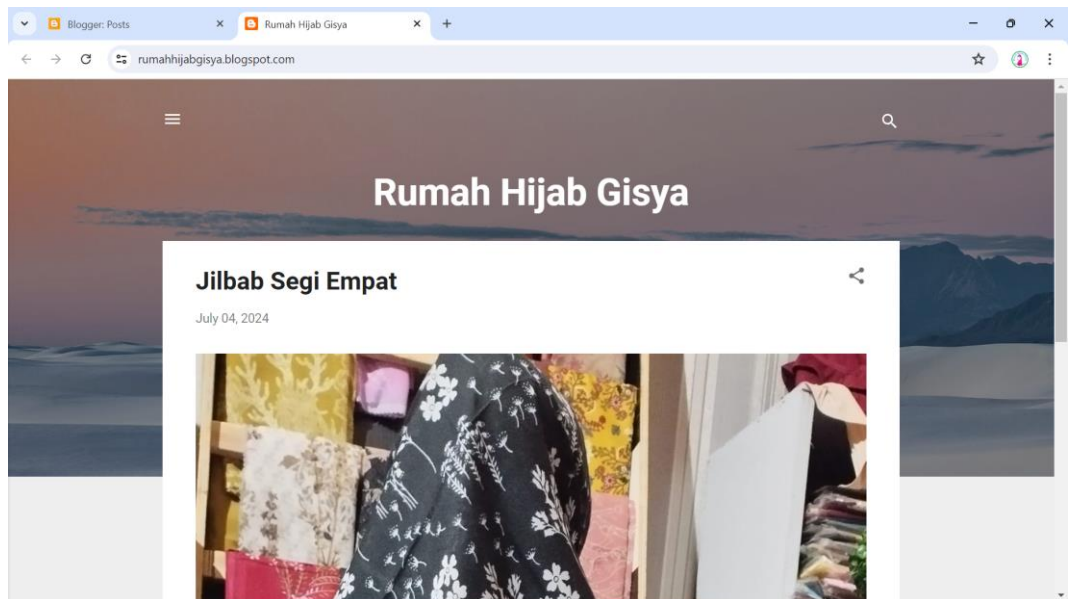




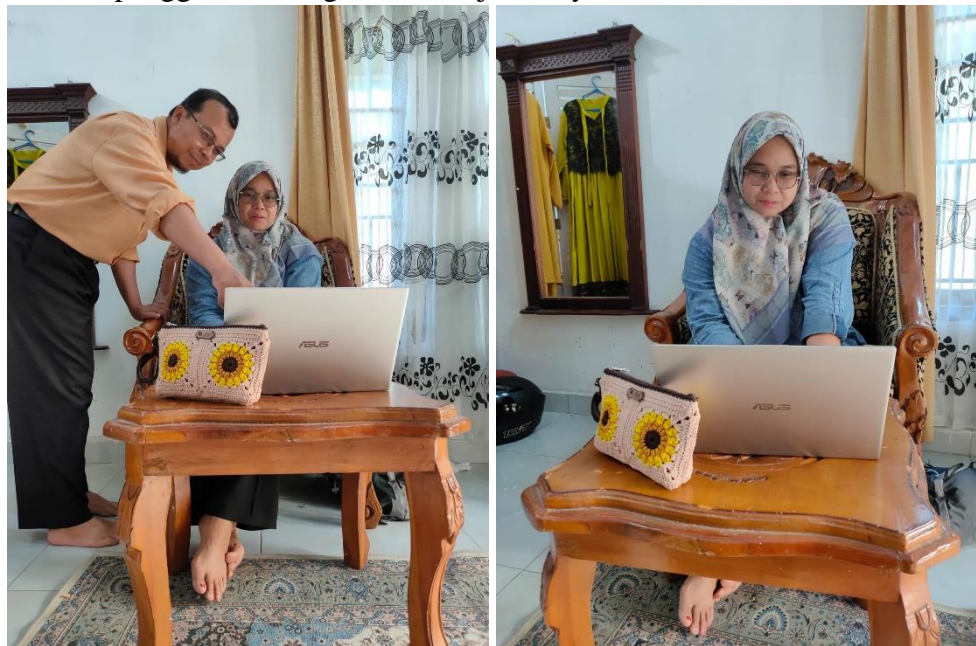
Kegiatan pengembangan blog promosi produk Rumah Hijab Gisya, dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Prodi Informatika UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.







4. Senin, 24 Juni 2024
Pelatihan penggunaan Blog Rumah Hijab Gisya



5. Jumat, 28 Juni 2024
Serah terima web

BAB IV

HASIL LUARAN YANG DICAPAI

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat Program Studi Informatika ini adalah sebagai berikut:

1. Bertambahnya pengetahuan dan keterampilan pengelola Rumah Hijab Gisya dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk melalui blog pribadi Rumah Hijab Gisya.
2. Meningkatkan daya saing unit usaha mikro kecil Rumah Hijab Gisya dengan pelaku usah lain yang sejenis

Hubungan antara permasalahan mitra, solusi yang ditawarkan, dan target luaran kegiatan pengabdian ini dirangkum dalam Tabel 4.1.

No	Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Target luaran
1	Penurunan pendapatan penjualan produk hijab dan pakaian semenjak Pandemi Covid-19, atau semenjak 2 tahun belakangan. Hal ini disarankan untuk diselesaikan dengan mengembangkan jangkauan pemasaran produk melalui internet	Mengadakan pendampingan pembuatan blog untuk media promosi produk Rumah Hijab Gisya	Bertambahnya pengetahuan dan keterampilan pengelola Rumah Hijab Gisya dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk melalui blog pribadi Rumah Hijab Gisya
2	Kurangnya kemampuan pengelola Rumah Hijab Gisya dalam memanfaatkan teknologi internet, terutama blog dalam menjangkau pasaran produk yang lebih luas. Hal ini diselesaikan dengan memberikan pendampingan pembuatan blog. Pendampingan pembuatan domain blog, agar blog yang dibuat lebih mudah dikenal dan punya brand sendiri dan memudahkan pencarian pada <i>search engine</i>	Membuat domain rumahhijabgisya.my.id sebagai url untuk membuka blog promosi Rumah Hijab Gisya	Domain rumahhijabgisya.my.id
3	Terbatasnya informasi tentang bagaimana cara melakukan pemasaran produk web, blogi dan media sosial yang tepat guna dan sasaran untuk meningkatkan brand awarness dan brand recognition pada produk yang dijual.	Memberikan pelatihan pengelolaan blog, pembuatan konten	Meningkatna daya saing unit usaha mikro kecil Rumah Hijab Gisya dengan pelaku usah lain yang sejenis

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dari tanggal 15 Mei sampai 30 Juni 2024, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengelola Rumah Hijab Gisya dapat menggunakan blog yang sudah didesain untuk mempromosikan produk.
2. Pengelola Rumah Hijab Gisya sudah dapat membuat foto produk yang lebih bagus untuk ditampilkan dalam blog.

5.2. SARAN

Saran bagi kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya sebagai berikut:

1. Pendampingan kepada pengelola Rumah Hijab Gisya Kecamatan Baso dalam meningkatkan pemasaran produk dapat terus berlanjut melalui media online.
2. Pembuatan media promosi dapat dilanjutkan melalui Web yang dikembangkan dengan *FrameWork Code Igniter*, Laravel atau yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Finda Novita Adelia, Aguriandi, and Suhar, “Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Toko Kelontong Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam,” *J. Student Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 142–151, 2024, doi: 10.55606/jsr.v2i1.1946.
- [2] H. Limanseto, “Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi,” *www.ekon.go.id*, 2023. [https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi#:~:text=Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap,97%25 dari total tenaga kerja.](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi#:~:text=Sektor%20UMKM%20memberikan%20kontribusi%20terhadap,97%25%20dari%20total%20tenaga%20kerja.)
- [3] Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, and Riki Gana Suyatna, “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo,” *J. Manuhara Pus. Penelit. Ilmu Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 295–301, 2023, doi: 10.61132/manuhara.v2i1.568.