

Coaching Pembuatan Website Commerce Untuk UMKM di Wilayah Sukapura Kiaracondong Bandung

Aggi Panigoro Sarifiyono, Ratih Hadiani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: aggipanigoro@unibi.ac.id; ratih.hadiani@unibi.ac.id.

Abstrak

Perkembangan Teknologi dan Perubahan Bisnis: Transformasi digital telah mengubah paradigma bisnis secara global. Penggunaan internet dan adopsi teknologi telah menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan potensi penuh teknologi ini karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital. Potensi UMKM Lokal Kecamatan Sukapura dan Kiaracondong memiliki banyak UMKM dengan produk unik dan potensi pasar yang besar. Namun, banyak dari mereka belum memiliki kehadiran online yang kuat untuk memasarkan produk mereka secara luas. Secara garis besar, melalui perancangan website, pemanfaatan marketplace, dan keaktifan di media sosial, Rinkadaily dapat mengoptimalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan kehadiran online dan pertumbuhan bisnisnya di industri fashion dan sweater rajut. Website berperan sebagai pusat informasi yang efisien, marketplace membantu dalam ekspansi dan peningkatan penjualan, sementara media sosial berfungsi sebagai alat interaksi dengan pelanggan dan promosi layanan. Integrasi strategi pemasaran digital, termasuk iklan berbayar dan kerja sama dengan influencer, bersama dengan pemeliharaan rutin di semua platform, membentuk kombinasi efektif yang dapat memperkuat citra merek Rinkadaily dan meningkatkan daya saingnya di ranah digital fashion dan sweater rajut. Dengan pendekatan ini, Rinkadaily dapat lebih efektif menjangkau konsumen potensial, membangun keterlibatan yang positif, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan online yang ketat.

Kata Kunci: E-commerce, Website, Digital Marketing, UMKM

Abstract

Technological Development and Business Change: Digital transformation has changed the business paradigm globally. The use of the internet and adoption of technology has become the key to expanding market reach and increasing competitiveness. However, many MSMEs have not utilized the full potential of this technology due to a lack of knowledge and skills in the digital field. Local MSME Potential Sukapura and Kiaracondong Districts have many MSMEs with unique products and large market potential. However, many of them do not yet have a strong online presence to market their products widely. In general, by designing a website, utilizing the marketplace, and being active on social media, Rinkadaily can optimize marketing strategies to increase its online presence and business growth in the fashion and knitted sweater industry. The website acts as an efficient information center, the marketplace helps in expanding and increasing sales, while social media functions as a tool for interaction with customers and promotion of services. The integration of digital marketing strategies, including paid advertising and collaboration with influencers, along with regular maintenance across all platforms, forms an effective combination that can strengthen Rinkadaily's brand image and increase its competitiveness in the digital fashion and knitted sweater

space. With this approach, Rinkadaily can more effectively reach potential consumers, build positive engagement, and achieve sustainable business growth amidst intense online competition.

Keywords: *E-commerce, Website, Digital Marketing, MSME*

1 PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi dan Perubahan Bisnis: Transformasi digital telah mengubah paradigma bisnis secara global. Penggunaan internet dan adopsi teknologi telah menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan potensi penuh teknologi ini karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital. Potensi UMKM Lokal Kecamatan Sukapura dan Kiaracandong memiliki banyak UMKM dengan produk unik dan potensi pasar yang besar. Namun, banyak dari mereka belum memiliki kehadiran online yang kuat untuk memasarkan produk mereka secara luas. Keterbatasan Akses dan Pengetahuan: Sebagian UMKM di daerah tersebut mungkin memiliki keterbatasan dalam hal akses dan pemahaman tentang cara memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Hal ini bisa menjadi hambatan bagi mereka dalam bersaing di pasar yang semakin digital. Pentingnya ketersediaan Platform *e-commerce*: Dalam era di mana belanja online semakin populer, memiliki kehadiran di platform *e-commerce* dapat membantu UMKM untuk menjangkau pelanggan lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Komitmen untuk Pemberdayaan Lokal, Program pengabdian kepada masyarakat diarahkan untuk memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi lokal dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM agar mereka dapat mandiri dalam mengelola bisnis online mereka sendiri. Melalui pemahaman terhadap latar belakang ini, program coaching pembuatan *website commerce* untuk UMKM di sekitar Kecamatan Sukapura dan Kiaracandong

bertujuan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan memberikan akses, pengetahuan, serta keterampilan yang diperlukan agar UMKM dapat meraih potensi maksimal dalam ranah digital.

Melihat tantangan yang memerlukan perhatian khusus dalam meningkatkan pengetahuan mitra, tim pengusul mengidentifikasi beberapa masalah yang menjadi fokus utama yaitu:

- a. Kurangnya dorongan untuk mengembangkan bisnis lebih dari sekadar hobi, meskipun pelaku UMKM menunjukkan kinerja yang sangat baik.
- b. Kesadaran yang masih rendah di kalangan pelaku UMKM terhadap penggunaan platform digital.
- c. Tingkat literasi yang masih kurang dalam memahami ekonomi digital untuk pengembangan usaha.

Oleh karena itu, dengan memberikan kontribusi melalui penyelenggaraan pelatihan pembuatan situs jual-beli bagi bisnis mitra. Hal ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan ekspansi pasar bagi bisnis mereka, mengatasi hambatan-hambatan yang diidentifikasi sebelumnya.

2 METODE PENELITIAN

Rancangan kegiatan PkM ini terbagi menjadi 10 tahapan kegiatan, dapat disampaikan sebagai berikut :

- a. Studi Pendahuluan dan Identifikasi Kebutuhan: Melakukan studi awal untuk memahami tingkat pengetahuan teknologi digital, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di wilayah tersebut.
- b. Pemilihan Peserta dan Pengumpulan Tim: Membuka pendaftaran bagi UMKM yang berminat untuk mengikuti program ini.

Pembentukan tim pelaksana yang terdiri dari ahli teknologi, pemasaran, dan pelatih yang berpengalaman.

- c. Pengembangan Materi dan Kurikulum: Menyusun materi pelatihan yang terstruktur, mencakup pembuatan website commerce dari awal, manajemen konten, pemasaran online, keamanan data, dan strategi penjualan.
- d. Pelatihan dan Workshop: Melakukan sesi pelatihan rutin yang terdiri dari kelas-kelas praktis, workshop, dan sesi tanya jawab dengan menggunakan metode demonstrasi, simulasi, dan latihan praktis.
- e. Sesi Mentoring dan Bimbingan: Memberikan pendampingan individual kepada setiap peserta, di mana tim pengajar memberikan bimbingan dan konsultasi dalam pembuatan dan pengelolaan website mereka secara langsung.
- f. Monitoring dan Evaluasi: Melakukan evaluasi berkala terhadap perkembangan peserta, baik dalam hal pengetahuan teknis maupun penerapan praktisnya. Feedback dari peserta juga menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki program.
- g. Sesi Diskusi dan Kolaborasi: Mengadakan sesi diskusi atau forum kolaboratif antara peserta untuk berbagi pengalaman, ide, serta tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola bisnis online.
- h. Pengukuran Dampak dan Efektivitas: Melakukan pengukuran terhadap peningkatan pengetahuan, kemampuan teknis, dan peningkatan performa bisnis UMKM setelah mengikuti program.
- i. Pengembangan Jaringan dan Kemitraan: Membangun hubungan yang berkelanjutan antara UMKM, lembaga pendidikan, serta pihak-pihak terkait lainnya untuk mendukung pertumbuhan bisnis UMKM di masa depan.
- j. Pelaporan dan Diseminasi Hasil: Menyusun laporan lengkap mengenai hasil, pencapaian, serta kesuksesan program. Melakukan diseminasi hasil melalui media online, seminar, atau kegiatan publik lainnya untuk

menginspirasi dan mengedukasi lebih banyak pihak yang tertarik.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi online shop Rinkadaily sangat bagus karena terhubung dengan rumah pribadi, sehingga memudahkan komunikasi antara pemilik dan operasional bisnis. Selain itu, tersedia opsi yang mudah diakses untuk mempermudah proses bisnisnya.

Profil toko tersebut dari nama pemilik yang bernama rina dan rika yang menjadi rinka, serta daily yang berartikan sehari hari. Yang dimaksud produk dari kami dapat dipakai sehari hari. Produk yang dijual yaitu berupa cardigan dan baju fashion sweater yang berbahan rajut yang premium dan lembut serta tebal.



Gambar 3.1 Produk Rinkadaily

Coaching dalam pembuatan website commerce untuk UMKM harus dilaksanakan dengan pendekatan yang sistematis dan mudah dipahami. Langkah-langkah dalam kegiatan ini sudah sesuai dengan poin 2 diatas.

Desain website adalah hal penting yang tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian pengunjung, tetapi juga memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah menavigasi situs tersebut. Dalam coaching, pelatihan akan mencakup prinsip-prinsip desain web seperti penggunaan warna yang konsisten, tata letak yang jelas, dan navigasi yang intuitif. Selain itu, penting untuk mengajarkan prinsip UX (User Experience) yang memastikan pengunjung dapat menemukan produk

yang mereka cari dengan mudah, serta melakukan proses pembayaran yang aman dan nyaman.

UMKM mempelajari cara mengelola katalog produk di website e-commerce. Ini termasuk menambahkan produk, mengelola deskripsi, gambar, harga, dan stok barang. Coaching ini mencakup cara yang efektif untuk membuat deskripsi produk yang menarik dan informatif, serta penggunaan foto produk yang berkualitas untuk menarik perhatian pembeli.

Setelah website berjalan, UMKM perlu belajar bagaimana mempromosikan situs mereka. Coaching ini mencakup berbagai teknik pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, iklan berbayar (Google Ads, Facebook Ads), serta strategi email marketing untuk menarik pelanggan. Selain itu, penting juga untuk mengajarkan cara menganalisis data pengunjung website untuk menilai efektivitas kampanye pemasaran.

Meskipun pembuatan website e-commerce memiliki banyak manfaat, UMKM sering menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan anggaran, kurangnya pengetahuan teknis, dan kekhawatiran tentang keamanan data. Coaching yang efektif dapat membantu mengatasi tantangan-tantangan ini dengan memberikan solusi praktis. Misalnya, untuk masalah anggaran, UMKM dapat memanfaatkan platform yang lebih terjangkau dengan fitur yang cukup untuk kebutuhan dasar mereka. Selain itu, pelatihan dapat mencakup penggunaan template desain yang sudah tersedia untuk mengurangi biaya pengembangan website.

4 SIMPULAN

Secara garis besar, melalui perancangan website, pemanfaatan marketplace, dan keaktifan di media sosial,

Rinkadaily dapat mengoptimalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan kehadiran online dan pertumbuhan bisnisnya di industri fashion dan sweater rajut. Website berperan sebagai pusat informasi yang efisien, marketplace membantu dalam ekspansi dan peningkatan penjualan, sementara media sosial berfungsi sebagai alat interaksi dengan pelanggan dan promosi layanan.

Integrasi strategi pemasaran digital, termasuk iklan berbayar dan kerja sama dengan influencer, bersama dengan pemeliharaan rutin di semua platform, membentuk kombinasi efektif yang dapat memperkuat citra merek Rinkadaily dan meningkatkan daya saingnya di ranah digital fashion dan sweater rajut. Dengan pendekatan ini, Rinkadaily dapat lebih efektif menjangkau konsumen potensial, membangun keterlibatan yang positif, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan online yang ketat.

Untuk meningkatkan penjualan Rinkadaily di era pemasaran digital, langkah pertama adalah optimalisasi platform e-commerce dan pahami fitur-fiturnya. Perkuat kehadiran di media sosial dengan konten menarik, lalu analisis data untuk strategi yang lebih terarah. Terapkan strategi pemasaran digital yang terintegrasi, seperti iklan berbayar dan SEO. Bersinergi dengan influencer dan pastikan website responsif dan mudah digunakan. Tawarkan promo khusus dan jaga komunikasi aktif dengan pelanggan. Terakhir, terus evaluasi kinerja dan lakukan penyesuaian. Dengan langkah-langkah ini, Rinkadaily dapat memperkuat posisinya di e-commerce dan mencapai pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan.

Coaching pembuatan website commerce untuk UMKM merupakan langkah penting dalam membantu bisnis kecil dan menengah beradaptasi dengan tuntutan zaman. Dengan memanfaatkan teknologi e-commerce, UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Melalui pelatihan yang tepat, UMKM akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk

membangun dan mengelola website e-commerce mereka secara mandiri dan efektif. Dengan demikian, coaching ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga membekali UMKM dengan kemampuan yang dapat mereka gunakan untuk bertumbuh dan bersaing di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Purwadi, Y. S., & Manurung, E. M. (2020). Cafes: New Learning and Knowledge Production Space for Millennial Students. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 247–253
- Putri, S. A., Prasetyo, A., Saryoko, A., Simanjuntak, R., Farhan, M., & Shafar, R. M. (2023). Penerapan Teknik Optimasi pada Website e-Commerce UMKM untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 65-70.
- Reza Nur Shadrina, Reza Nur., Sulistyanto, Yoestini. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management* Vol. 11, No. 1, Tahun 2022, Hal. 1
- Sánchez -Franco, M. J., Peral -Peral, B., & Villarejo -Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education*, 74, 81–97.
- Sila, I. K., & Martini, I. A. (2020). Transformation and revitalization of service quality in the digital era of revolutionary disruption 4.0. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(1).
- Tobing, G. J., Abubakar, L., & Handayani, T. (2021). Analisis Peraturan Penggunaan QRIS Sebagai Kanal Pembayaran Pada Praktik UMKM Dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi Digital. *Acta Comitas*, 6(03), 491.
- Wiliana, Eneng., Purwaningsih, Nining. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19. *MAMEN (Jurnal Manajemen)* Vol. 1 No. 3, Juli 2022.
- Yuhefizaer. 2021. Perancangan website sebagai media informasi dan promosi batik khas kabupaten kulonprogo. *AMIK BSI Yogyakarta*. Vol. 3, No. 2