

Pemberdayaan Digital Marketing Pada UKM Bejo Printing Menggunakan Website

I Gusti Ayu Desi Saryanti^{1*}, I Gusti Ngurah Ady Kusuma²,
Rosalia Hadi³, Putu Pasya Agustin⁴, Made Tasya Novita Sari⁵,
Ni Putu Nanik Handayanti⁶

¹⁻⁶ Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

* desi@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Keberhasilan usaha sablon sangat bergantung pada strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran digital menjadi sangat penting dalam era digitalisasi, memungkinkan usaha untuk menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan daya saing. Adapun mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah bapak Iqbal Suhada yang merupakan pemilik dari usaha sablon baju Bejo Printing. Metode pemasaran yang dilakukan pada saat ini masih sangat konvensional di mana informasi tempat sablon baju Bejo Printing hanya sebatas dari satu orang ke orang lainnya. Untuk model digital marketing lainnya di mana mitra akan dibuatkan website profil perusahaan pada website tersebut akan berisikan informasi terkait tempat usaha, jasa sablon serta kontak yang dapat dihubungi terkait informasi lainnya. Indikator pencapaian pada pengabdian masyarakat ini adalah pemberdayaan *digital marketing* yaitu *company profile* sebagai media pendukung dan identitas dari perusahaan. Serta pemberdayaan website untuk membantu mempromosikan usaha ke jaringan yang lebih luas. Adapun metode yang telah dilakukan pada tahapan evaluasi yaitu dengan memberikan kuesioner kepada pemilik usaha Bejo Printing mengenai penerapan dan penggunaan website yang telah diterapkan pada usaha mitra. Hasil dari pengisian kuesioner tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tersebut berjalan dengan sangat baik.

Kata Kunci: *UMKM, transformasi digital, digital marketing, usaha sablon*

Pendahuluan

Usaha sablon baju, atau percetakan tekstil, merupakan salah satu bidang industri kreatif yang semakin berkembang pada saat ini. Dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya permintaan akan produk-produk yang unik dan berkualitas, usaha sablon menjadi pilihan menarik bagi para pelaku usaha. Usaha sablon tidak hanya sekadar peluang bisnis, tetapi juga merupakan wadah untuk mengekspresikan kreativitas. Dengan dukungan pasar yang kuat, kemajuan teknologi, dan potensi yang besar dalam industri fashion, usaha sablon menawarkan prospek yang menjanjikan bagi pelaku usaha sablon baju. Pelaku usaha yang dapat menggabungkan kreativitas dengan strategi pemasaran yang tepat memiliki peluang untuk sukses di pasar industri ini.

Keberhasilan dari suatu usaha dapat dilihat dari bagaimana cara pelaku usaha mempromosikan usaha yang dimiliki karena dengan melakukan pemasaran yang tepat

produk atau usaha yang dimiliki akan mudah dikenal oleh konsumen. Pemasaran adalah proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba bagi pemegang saham dengan jalan melalui relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan akan menciptakan keunggulan yang begitu kompetitif (Sudaryono 2016). Banyak cara untuk melakukan model pemasaran, namun di zaman digitalisasi seperti sekarang ini pemasaran digital lebih banyak digunakan untuk meningkatkan persaingan yang ada. Cara peningkatan terhadap UMKM antara lain dengan melakukan pemasaran produknya melalui teknologi informasi (Anggraini 2018). *Digital marketing*, atau pemasaran digital, adalah serangkaian strategi dan teknik yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan melalui saluran digital. Dalam era di mana teknologi dan internet menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, *digital marketing* menjadi sangat penting bagi bisnis untuk mencapai dan berinteraksi dengan pelanggan. Mengingat jumlah persaingan saat ini begitu ketat yang mana hampir sebagian besar pelaku usaha sudah merambah ke dunia digital dalam menjalankan usaha yang dimiliki. Website adalah serangkaian halaman web berisi informasi yang terhubung satu sama lain dan diakses melalui internet (Christian et al 2018). Website dalam pemasaran digital berperan sebagai salah satu alat utama yang digunakan untuk memperkenalkan produk atau layanan, menarik pelanggan baru, dan membangun hubungan dengan konsumen. Website merupakan elemen krusial dalam pemasaran digital yang membantu perusahaan menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun kredibilitas, dan meningkatkan penjualan.

Adapun mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah bapak Iqbal Suhada yang merupakan pemilik dari usaha sablon baju Bejo Printing. Alamat dari mitra yaitu Dalung Permai Blok i3 Gang 5 No. 104 Badung. Lokasi tersebut dapat ditempuh dalam waktu 35 menit dari lokasi pengusul. Jarak yang ditempuh pengusul ke tempat tersebut adalah 10.1 km. metode pemasaran yang dilakukan pada saat ini masih sangat konvensional di mana informasi tempat sablon baju Bejo Printing hanya sebatas dari satu orang ke orang lainnya. Model *digital marketing* yang akan diterapkan yaitu mitra akan dibuatkan website profil perusahaan pada website tersebut akan berisikan informasi terkait tempat usaha, jasa sablon serta kontak yang dapat dihubungi terkait informasi lainnya. Website ini akan menjangkau wilayah pemasaran ke jaringan yang lebih luas, efektif dan efisien untuk konsumen. Mengingat persaingan yang semakin meningkat dalam usaha sablon maka pengusul membuat strategi *digital marketing* agar penghasilan dan usaha yang digeluti bisa lebih meningkat. Kegiatan-kegiatan ini membantu mitra pengabdian agar bisa dikenal lebih luas dan memberikan keuntungan secara ekonomi (Ramayasa et al, 2019).

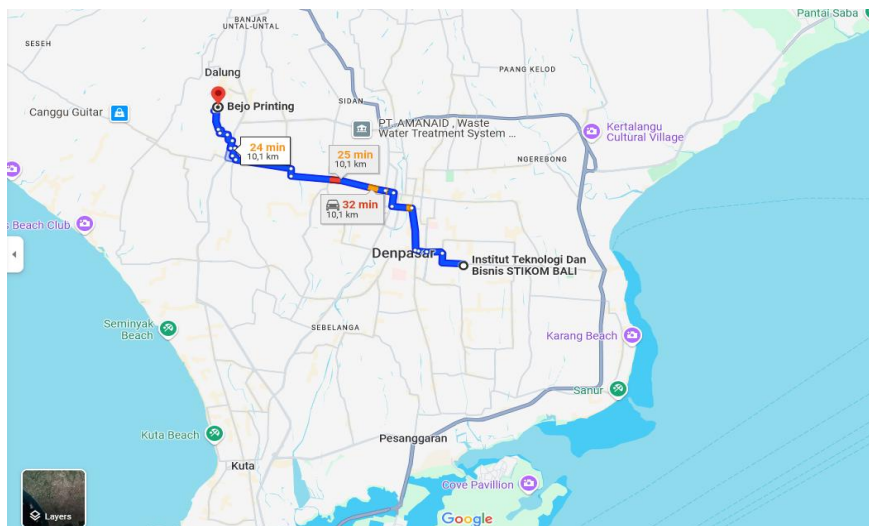


Gambar 1. Tempat Usaha Mitra

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu

Pada gambar di bawah ini akan menggambarkan jarak lokasi pengusul dengan lokasi pengabdian masyarakat. Lokasi akan di tempuh kurang lebih selama 35 menit dari lokasi pengusul. Jarak yang di tempuh pengusul dari lokasi pengusul ke lokasi pengabdian masyarakat menempuh jarak 10.1 km.



Gambar 2. Lokasi pengabdian

Khalayak Sasaran/Mitra Kegiatan

Mitra akan berperan sebagai pengusul ide-ide yang nantinya akan diimplementasikan dalam kegiatan ini. Mitra akan memberikan masukan serta pendapat yang berkaitan dengan usaha mitra dalam proses pelatihan yang akan diberikan. Selain itu, mitra juga akan memberikan gambaran mengenai hal-hal yang menjadi kendala dalam usaha mitra selama usaha tersebut berjalan. Kemudian mitra akan bersedia memberikan timbal balik serta masukan terkait dengan pembuatan website.

Metode Pengabdian

Adapun rencana kegiatan yang dilakukan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah:



Gambar 3. Rencana Kegiatan

Pada gambar 3 dipaparkan mengenai rencana kegiatan yang akan dilakukan selama kegiatan ini berlangsung. Di mana pada tahap awal akan dilaksanakan proses sosialisasi. Tahap ini akan lebih dilakukan dengan berdialog dan berdiskusi terkait kendala-kendala yang dihadapi selama ini oleh mitra. Setelah proses sosialisasi dilakukan berikutnya akan dilakukan pemberian alat dan bahan yang sesuai dengan kebutuhan mitra sebagai pendukung proses operasional UKM. Tahap implementasi company profile adalah tahap untuk membuat identitas perusahaan agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat serta memiliki ciri khas tersendiri. Kemudian barulah dilakukan pembuatan website yang akan digunakan oleh mitra sebagai media promosi secara digital.

Metode Evaluasi

Tahap evaluasi dalam kegiatan masyarakat ini akan dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada mitra terkait penerapan website pada usaha Bejo Printing.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan Penggunaan Website

Berikut merupakan hasil dari pelatihan website yang diberikan kepada mitra agar mitra memahami bagaimana penggunaan dari website tersebut.



Gambar 4. Pelatihan penggunaan website

Hasil Pelatihan Pemanfaatan Website

Pada kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membuat media promosi secara digital dalam hal ini website dimana website ini akan membantu UKM dalam mempromosikan usaha yang dimiliki ke jaringan yang lebih luas dan dijangkau oleh banyak kalangan. Didalam pembahasan ini akan dimual hal-hal mengenai website yang telah dikerjakan dan telah dihosting dengan alamat <https://bejoprinting.web.id>

a. Halaman Beranda

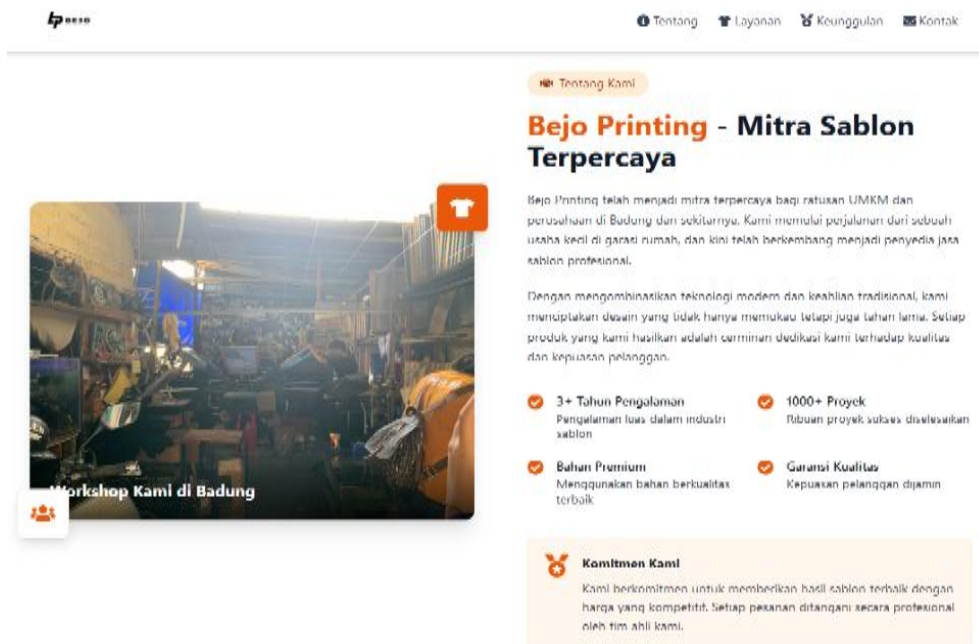
Berikut merupakan tampilan dari halaman beranda dimana pada halaman ini akan terlihat tampilan secara umum mengenai informasi pada UKM Bejo Printing. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Halaman Beranda

b. Halaman Tentang Kami

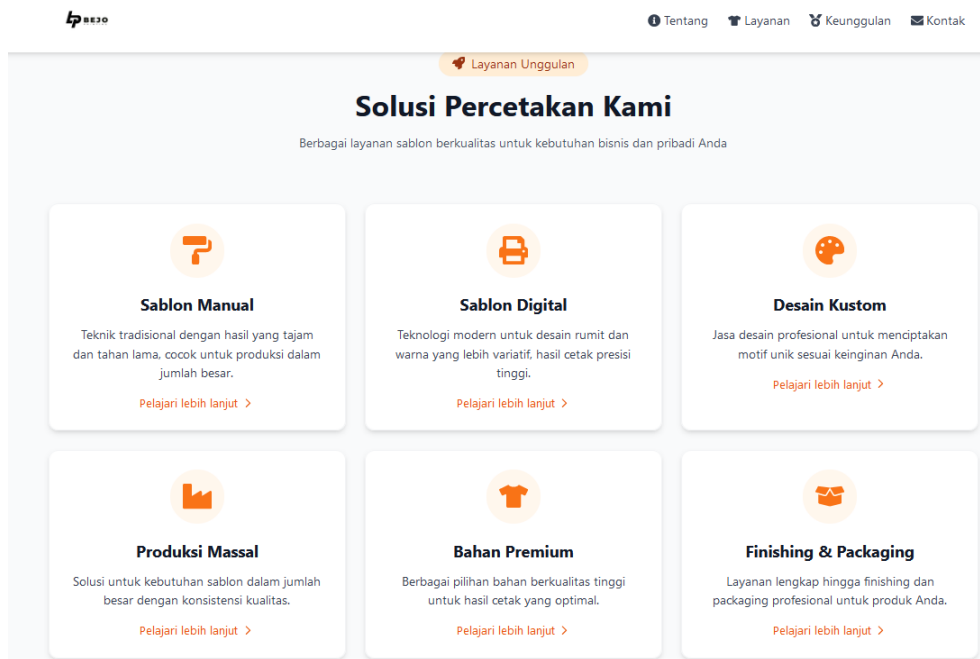
Halaman tentang kami menjelaskan mengenai lebih detail dari usaha Bejo printing. Dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Halaman tentang kami

c. Halaman Layanan

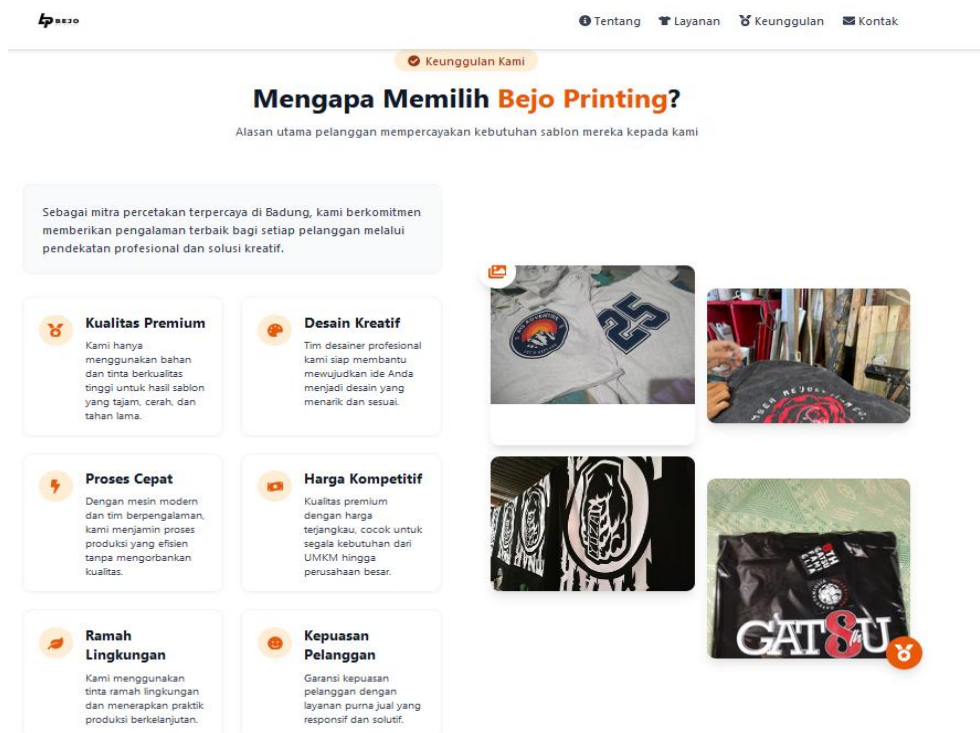
Pada halaman layanan akan memuat informasi terkait layanan apa saja yang disediakan oleh UKM Bejo Printing. Dapat dilihat pada gambar 7 berikut ini.



Gambar 7. Halaman layanan

d. Halaman Keunggulan

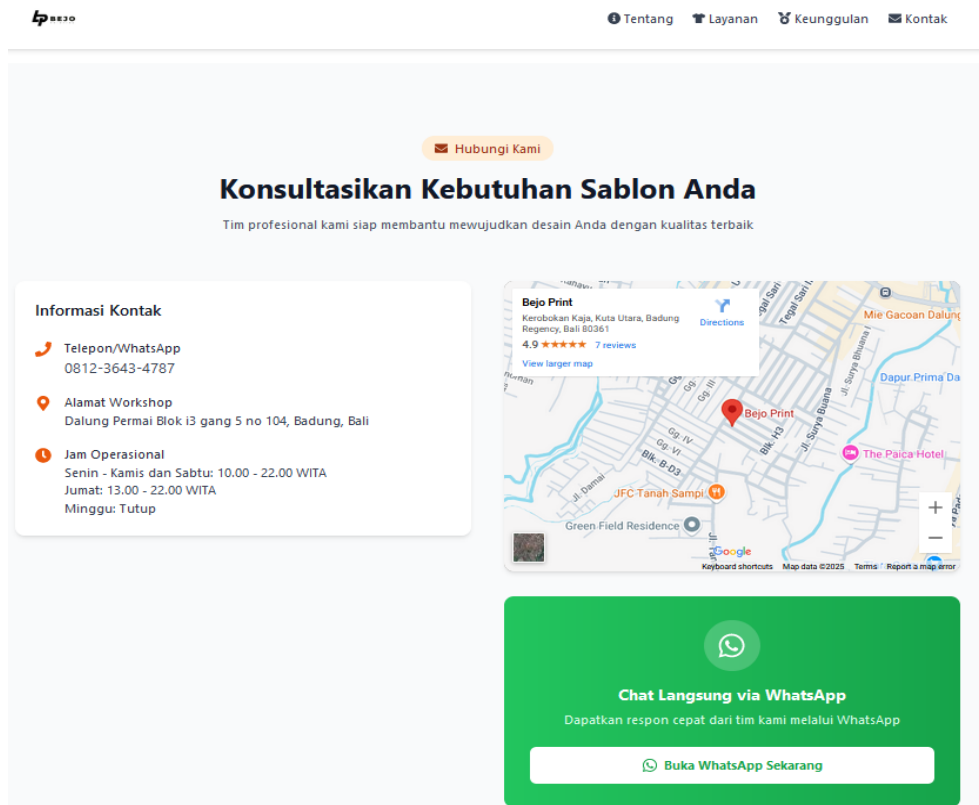
Pada halaman keunggulan menjaelaskan mengenai keunggulan apa saja yang dimiliki oleh Bejo Printing dibandingkan usaha sejenis lainnya. Untuk gambar dapat dilihat pada gambar 8 berikut ini.



Gambar 8. Halaman keunggulan

e. Halaman Kontak

Halaman kontak berisikan informasi kontak yang dapat dihubungi oleh pelanggan jika ingin melakukan pemesanan atau sekedar bertanya ke pelanggan. Berikut tampilan halaman kontak dapat dilihat pada gambar 9 berikut ini

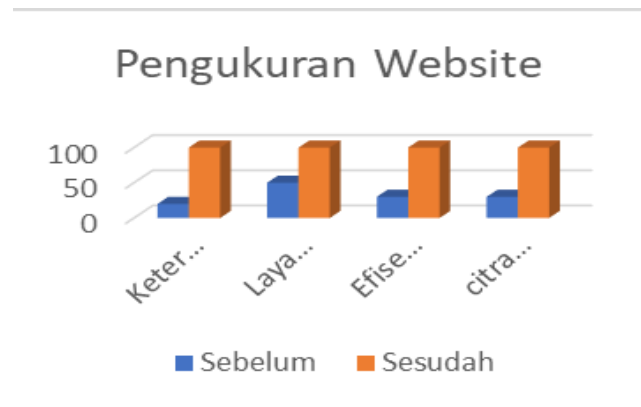


Gambar 9. Halaman Kontak

Luaran Kegiatan

Capaian yang telah dihasilkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penerapan dan pelatihan website kepada pemilik UKM Bejo Printing. Di mana dalam hal ini awalnya mitra tidak memiliki media pemasaran digital yang efektif untuk melakukan promosi ke jangkauan luas. Dengan diberikannya pelatihan serta wadah pemasaran digital yaitu website sekarang mitra Sudah dapat mengembangkan usahanya lebih luas lagi. Website ini juga Sudah di hosting dengan alamat <https://bejoprinting.web.id> dan siap untuk dikelola oleh mitra. Maka dari itu pencapaian dalam kegiatan ini sudah 100%.

Peserta pelatihan website yaitu pemilik Bejo Printing. Berikut ini merupakan grafik dari penggambaran ketercapaian yang telah dihasilkan oleh pelatihan website ini dengan melakukan pengukuran efektivitas dari website yang telah dilakukan. Di mana pengukuran terdiri dari kriteria ketersediaan informasi digital, layanan digital, efisiensi dan efektivitas, citra dan profesionalisme.



Gambar 10. Grafik pengukuran website

Berdasarkan grafik pengukuran website pada gambar 13 menunjukkan peningkatan dari 4 kriteria pengukuran yang dilakukan di mana kriteria terdiri dari kriteria ketersediaan informasi digital, layanan digital, efisiensi dan efektivitas, citra dan profesionalisme. Peningkatan tersebut terjadi pada seluruh kriteria pengukuran di mana pada mulanya UKM belum memanfaatkan *digital marketing* secara penuh namun kini mitra sudah memiliki dan menggunakannya dengan optimal.

Hasil Evaluasi Metode Kuesioner

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan. pada tahap ini menggunakan metode kuesioner sebagai alat pengukurah hasil dari evaluasi yang dilakukan. Berikut merupakan hasil dari perhitungan kuesioner yang telah diberikan dengan menggunakan skala linkerd yang diberikan kepada peserta.

$$\text{Rumus Index \%} = \left(\frac{\text{Total Skor}}{Y} \right) \times 100$$

Dari hasil yang telah di dapatkan dengan melakukan pengukuran menggunakan metode skala Inkerd yang mana terdiri dari katagori berikut ini :

$$I = 100/4 = 25 \text{ (range interval kategori)}$$

Kategori :

- 0 – 24,9 % = Kurang
- 25 – 44,9% = Cukup
- 45 – 74,9% = Baik
- 75 – 100% = Sangat Baik

Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner yang diperoleh dari proses evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diperoleh nilai index sebesar **88.5%** atau tergolong **Sangat Baik**.

Kesimpulan

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa telah dihasilkan website sebagai media promosi digital yang dapat membantu mitra dalam melakukan promosi. Adapun fitur yang terdapat pada website tersebut mengenai usaha

bejo printing, keunggulan, layanan serta kontak. Website tersebut dapat diakses pada <https://bejoprinting.web.id>

Ucapan Terimakasih

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra yang telah mau bekerjasama dalam menjalankan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan yaitu dengan Bapak Iqbal Suhada, dan kepada Rektor ITB STIKOM bali yang mendukung dalam pendanaan serta memberikan kesempatan untuk terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Referensi

- Anggraeni, R. M. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Pada Pelatihan Go Online UMKM Se-Kecamatan Patuk, Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Christian, A., Hesinto, S., & Agustina, A. (2018). Rancang Bangun Website Sekolah Dengan Menggunakan Framework Bootstrap (Studi Kasus SMP Negeri 6 Prabumulih). *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 7(1), 22-27.
- Putrawan, I. G. P. A., Saryanti, I. G. A. D., Astiti, N. M. (2025). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan pada Bambu Silver by Estela Berbasis Website Menggunakan Fremwork Laravel. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer*, 2(1), 607-612.
- Ramayasa, I. P., Candrawibawa, I. G. A., & Wiraguna, I. W. (2019). Pelatihan pemasaran online pada peternak bebek di Desa Temesi Kecamatan Gianyar. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 2(1), 65-71
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.