

OPTIMALISASI SISTEM PEMASARAN DAN PEMBUKUAN DIGITAL PELATIHAN PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA E-COMMERCE

Nugrah Juniar Umar¹, Luckyta Gusti Acfira², Najmawati Sulaiman³

Politeknik Negeri Media Kreatif¹; nugrahjuniar@polimedia.ac.id

Politeknik Negeri Media Kreatif²; luckyta_gusti@polimedia.ac.id

Politeknik Negeri Media Kreatif³; najmawati_sulaiman@polimedia.ac.id

Abstrak

UMKM Kerajinan Tangan Eceng gondok Kasih Bunda adalah Kelompok masyarakat yang dipimpin oleh Ibu Engel dan mendirikan sebuah usaha kerajinan tangan dengan menggunakan bahan dasar eceng gondok. Ibu-ibu ini kemudian diberdayakan dengan dibekali keterampilan menganyam oleh Ibu Engel. UMKM Kasih Bunda menggunakan Website dan Google Bisnis sebagai alat pemasaran digital untuk menjual produknya. Namun, yang kemudian menjadi kendala yaitu Website dan Google Bisnis Kasih Bunda belum dikelola secara optimal yakni layanan dan informasi produk tidak terorganisir. Sementara itu, UMKM Kasih Bunda memiliki produk kerajinan tangan yang menarik dan cukup banyak peminatnya. Hal ini diketahui dari penjualan yang dihasilkan ketika memasarkan produk di setiap kegiatan pameran kerajinan tangan. Oleh Sebab itu, Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk mendukung UMKM Kasih Bunda agar dapat mengembangkan usahanya melalui alat pemasaran digital atau disebut sebagai media ecommerce. Optimalisasi kemudian dilakukan pada Website dan Google Bisnis mitra dengan melakukan pembaharuan pada layanan, desain tampilan, foto produk, informasi produk dan artikel terkait UMKM Kasih Bunda pada Website dan Google Bisnis. Selain itu, mitra juga diberi pemahaman dan keterampilan mengelola dan memanfaatkan penggunaan media e-commerce, manajemen inventaris melalui pembukuan sederhana melalui Sosialisasi dan Pelatihan. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan dengan pendampingan oleh Tim pada pelaksanaan praktik pengelolaan Website dan Layanan Google Bisnis bertujuan agar pembaharuan media e-commerce dapat dimanfaatkan secara optimal oleh mitra dalam proses pemasaran produk. Peningkatan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan mitra diharapkan dapat membantu pengembangan usaha agar mencapai perluasan pasar dan peningkatan penjualan melalui pemanfaatan media e-commerce yaitu Website dan Google Bisnis.

Kata Kunci: Produk; Kerajinan Tangan; Website; Google Bisnis.

Abstract

UMKM Handicraft Kasih Bunda is a community group led by Mrs. Engel that established a handicraft business using water hyacinth as the main material. These women were empowered by Mrs. Engel, who taught them weaving skills. The UMKM Kasih Bunda uses a website and Google Business as digital marketing tools to sell its products. However, the challenge is that the Kasih Bunda website and Google Business are not managed optimally, meaning that product information and services are not well-organized. Meanwhile, UMKM Kasih Bunda has attractive handicraft products with a significant number of enthusiasts. This is evident from the sales generated when marketing products at every handicraft exhibition. Therefore, this Community Service aims to support UMKM Kasih Bunda in developing its business through digital marketing tools, also known as e-commerce media. Optimization was then carried out on the website and Google Business Partner by updating the services, design, product photos, product information, and articles related to UMKM Kasih Bunda on the website and Google Business. Additionally, partners were also provided with an understanding and skills in managing and utilizing e-commerce media, inventory management through simple bookkeeping through socialization and training. The implementation of socialization and training was carried out with guidance from the team during the practical management process. The implementation of socialization and training with assistance from the Team in the practice of managing Websites and Google Business Services aims to ensure that e-commerce media updates can be optimally utilized by partners in the product marketing process. The improvement of partners' knowledge, understanding, and skills is expected to help business development in order to achieve market expansion and increased sales through the use of e-commerce media, namely Websites and Google Business.

Translated with DeepL.com (free version)

Keywords: Products; Handicrafts; Website; Google Business.

This is an open access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license. 

PENDAHULUAN

Eceng gondok, dalam bahasa Latin disebut *Pontederia crassipes*, adalah salah satu jenis tumbuhan air mengapung yang terhitung sebagai jenis tanaman gulma, yaitu tanaman yang dianggap dapat merusak lingkungan perairan dikarenakan pertumbuhannya yang cepat serta kemampuannya menutupi permukaan air. Namun, di tangan Ibu Engel, eceng gondok yang terbilang subur dan tumbuh banyak di perairan kota Makassar dapat menjadi ide kreatif dan dijadikan sebagai objek penghasilan. Menurut Aisyah dan Dartono eceng gondok memiliki potensi sebagai bahan baku kerajinan dan telah diakui secara luas, khususnya karena fleksibilitas dan keberlanjutannya sehingga dapat menjadi pilihan ideal yang digunakan untuk membuat produk ramah lingkungan [1]. Pada tahun 2021, Ibu Engel membentuk kelompok Pemberdayaan Kasih Bunda untuk mendirikan UMKM kerajinan tangan eceng gondok dengan mengumpulkan para Ibu-Ibu di lingkungan sekitar wilayah Kecamatan Mamajang Kota Makassar. Saat ini, anggota kelompok yang dipimpin oleh Ibu Engel telah berjumlah 53 orang yang diberikan keterampilan untuk mengolah limbah kardus dan eceng gondok menjadi produk kerajinan tangan yang kemudian dijual secara komersial sebagai salah satu upaya untuk membantu perekonomian para pengrajin.

Hanya dengan menggunakan eceng gondok dan limbah kardus, para pengrajin mulai mengerjakan kerajinannya dengan beberapa tahap, dimulai dari pembersihan eceng gondok, pengeringan eceng gondok, pemipihan, dan berlanjut ke proses pembuatan pola anyam sesuai dengan keinginan atau bentuk kerajinan tangan yang akan dibuat. Meski dengan keterbatasan alat bantu produksi, namun jenis produk kerajinan tangan hasil eceng gondok ini sangat bervariasi, mulai dari tas, sepatu, topi, hingga hiasan dinding dan meja. Sementara ini, terbilang puluhan jenis produk yang telah dihasilkan dengan kualitas cukup baik dan layak untuk dipasarkan.

Sejauh ini, proses penjualan produk hasil kerajinan tangan Pemberdayaan Kasih Bunda dipasarkan melalui galeri yang difasilitasi oleh berbagai kerjasama mitra, salah satunya kantor cabang Bank Syariah Indonesia di Jl. Sudirman Kota Makassar. Selain itu, Pemberdayaan Kasih Bunda juga aktif mengikuti berbagai pameran seni di Kota Makassar sehingga cukup membantu dalam aktivitas promosi dan penjualan produk mereka. Produk yang dipasarkan telah banyak terjual oleh kerabat mitra, warga lokal bahkan warga Negara asing. Harga produk dijual dengan bervariasi, mulai Rp.50.000,- bahkan hingga menyentuh harga jutaan rupiah, tergantung tingkat kesulitan pembuatan produk. Berikut hasil foto dari beberapa contoh produk kerajinan tangan yang telah diikuti di berbagai kegiatan pameran dan promosi.



Gambar 1. Hasil Karya Pemberdayaan Kasih Bunda yang Dipamerkan dan Dijual

Adanya aktivitas penjualan dan pemasaran melalui galeri maupun kegiatan insidental dianggap kurang optimal, dikarenakan jadwal kegiatan yang tidak menentu, terbatasnya waktu dan ruang untuk promosi, hingga tidak adanya aktivitas pembukuan dan inventarisasi produk yang maksimal, seperti jumlah ketersediaan produk, kategorisasi produk, spesifikasi (seperti deskripsi produk) dan juga *quality check* produk. Salah satu contoh permasalahan yaitu produk yang dihasilkan beberapa berasal dari pesanan kerabat ataupun konsumen karena sistem inventaris yang belum terorganisir. Tidak adanya ketersediaan katalog produk yang menyebabkan produksi hanya berdasarkan pesanan perlu pengembangan dengan pemanfaatan teknologi informasi agar meningkatkan penjualan produk [2]. Sekalipun Pemberdayaan Kasih Bunda telah menjalankan aktivitas promosi seperti branding dan pemanfaatan media *online* seperti Google Bisnis dan website, namun dianggap masih kurang memadai karena tidak dijalankan secara optimal. Hal ini dapat dilihat dari tampilan Google Bisnis dan website yang belum optimal. Google Bisnis yang dimiliki tidak memiliki foto produk yang layak, link pembelian produk, dan informasi terkait jenis dan harga produk. Sedangkan, website yang dimiliki tidak mempunyai layanan pembelian produk secara online, informasi ketersediaan produk, harga produk, jenis produk, ataupun informasi terkait cara pembuatan ataupun pembelian produk baik secara offline maupun secara online. Pengembangan website berbasis sistem yang terintegrasi dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan kinerja operasional. Website yang terintegrasi dengan fitur *e-commerce* dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian produk secara langsung, sekaligus memberikan informasi yang transparan mengenai produk, harga, dan ketersediaannya. Sistem ini juga membantu mengurangi risiko yang mungkin terjadi dalam transaksi bisnis, memastikan ketersediaan data yang akurat untuk pengambilan keputusan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan [3].

Melihat kurangnya interaksi dan jumlah pengunjung pada website maupun akun media sosial serta minimnya pengetahuan mitra terkait tujuan branding produk, pemanfaatan media pemasaran dan kemampuan dalam menginventarisasi produk agar lebih terorganisir, maka perlu dilakukan optimalisasi dalam menentukan strategi pemasaran. Salah satu strategi yang dapat membantu untuk menjangkau pasar global yaitu menggunakan *e-commerce* melalui Website dan media sosial. Sehingga, website dan media sosial yang tersedia saat ini perlu pengembangan dalam bentuk layanan seperti; layanan penjualan produk, layanan online chat antara mitra dan konsumen, informasi terkait jadwal kegiatan pameran produk, foto dan video pembuatan produk. Tampilan website dan media sosial pun akan di-branding sesuai dengan ciri khas UMKM kerajinan tangan eceng gondok sebagai upaya membangun identitas visual produk pada pasar online.

Website dan Google Bisnis memiliki peran yang juga penting untuk membangun dan memperkuat citra dan identitas merek pada produk. Menampilkan visual visual secara konsisten, citra produk, serta nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh pengrajin dapat menjadi pembeda dari kompetitor [4]. Sedangkan untuk pengelolaan manajemen usaha, penerapan sistem pembukuan digital yang terhubung pada website sangat penting. Sistem ini dapat menyediakan informasi mengenai spesifikasi produk, kualitas, serta inventaris produk secara real-time, yang mendukung efisiensi operasional. Menurut Minasa et al., penerapan sistem informasi berbasis web dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan inventaris dan

mempercepat pengambilan keputusan bisnis [5]. Selain pengelolaan manajemen pemasaran, mitra juga terkendala dengan proses produksi yang belum memadai yaitu proses pemipihan eceng gondok masih menggunakan alat yang manual sehingga membutuhkan teknologi alat press untuk meningkatkan kualitas produk. Maka dari itu, pelaksanaan pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital, pengelolaan manajemen UMKM mitra agar mampu mencapai perluasan pasar khususnya pasar global, produk terinventarisasi (jumlah dan jenis produk terorganisir), kemudahan transaksi penjualan secara online sehingga meningkatkan profit dan peningkatan kualitas produk.

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan berupa sosialisasi, diskusi, serta pelatihan yang memberikan pengetahuan dan pemahaman lebih luas terkait media pemasaran dan manajemen produk. Adapun tahapannya dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 2 Tahapan Pengabdian Masyarakat

Tahap Persiapan	
Pra - Survei	Identifikasi masalah dan peninjauan kebutuhan mitra secara spesifik
Pembentukan Tim kerja Pengabdian	Pembentukan tim menyesuaikan dengan kebutuhan, kompetensi dan kepakaran masing-masing anggota
Penyusunan Proposal	Prosedur administratif guna menyortir berbagai urgensi dan tahapan pengabdian sesuai prosedur
Koordinasi Tim dan Mitra	Penggabungan konsep, tujuan, serta berbagai hal teknis lainnya yang dilakukan oleh tim pengabdian bersama dengan mitra
Persiapan kebutuhan Pelatihan	Persiapan materi, booklet dan pengadaan alat dan bahan yang nantinya akan dibutuhkan saat pengabdian berlangsung, termasuk produksi konten untuk kebutuhan Website dan Google Bisnis.
Tahap Pelaksanaan	
Pemaparan Materi Website sebagai media <i>e-commerce</i>	Disampaikan oleh ketua tim pengabdian, Nugrah Juniar Umar
Pelatihan pengelolaan dan penggunaan fungsi layanan pada media <i>e-commerce</i> (website dan google bisnis)	Disampaikan oleh praktisi di bidang pengelolaan website dan google bisnis, Nurdyansa
Pemaparan Materi Manajemen Inventaris dan Pembukuan Sederhana	Disampaikan oleh anggota tim, Lukytta Gusti Acfira
Pelaksanaan demonstrasi alat bantu produksi mitra berupa alat pemipih eceng gondok.	Disampaikan oleh anggota tim, Najmawati Sulaiman
Tahap Evaluasi	
Monitoring grafik pengunjung website dan google bisnis.	Tim Kerja Pengabdian Masyarakat
Monitoring transaksi penjualan pada web dan google bisnis	Tim Kerja Pengabdian Masyarakat
Monitoring inventarisasi produk (tambahan produk baru ataupun produk yang terjual terinventaris dengan baik menggunakan pembukuan sederhana)	Tim Kerja Pengabdian Masyarakat
Monitoring kualitas produk setelah menggunakan alat pemipih	Tim Kerja Pengabdian Masyarakat

Partisipasi Mitra dalam pelaksanaan pengabdian berupa:

1. Ikut serta aktif dalam diskusi dan praktik dari seluruh pemaparan materi dan pelatihan.
2. Penggunaan alat komunikasi (*handphone*) untuk mengoperasikan dan menjalankan pelatihan pengelolaan dan penggunaan layanan pada media e-commerce di website dan google bisnis.
3. Berlatih mengelola dan mengidentifikasi produk untuk kemudian disusun dan diinventarisir sebagai katalog produk penjualan di website.

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan melihat adanya perubahan peningkatan jumlah pengunjung pada website dan google bisnis serta adanya transaksi penjualan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Sebelum melaksanakan pelatihan optimalisasi Optimalisasi Sistem Pemasaran dan Pembukuan Digital Pelatihan Pendampingan dan Pengelolaan Website Sebagai Media E-Commerce, terlebih dahulu Ketua beserta Tim Pengabdi melakukan pra survey untuk mengidentifikasi permasalahan mitra dan mengetahui kebutuhan mitra secara spesifik. Setelah mengetahui permasalahan mitra kemudian dilakukan pembentukan Tim untuk menyesuaikan kebutuhan mitra dengan kompetensi masing-masing anggota Tim pengabdi. Pembentukan pembagian Tim, dilanjutkan dengan penyusunan proposal untuk menentukan urgensi pelaksanaan tahapan pengabdian sesuai kebutuhan administrasi dan prosedur kegiatan.

Proposal yang telah disusun kemudian digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan FGD yang juga melibatkan Ketua dan beberapa anggota UMKM Pemberdayaan Kasih Bunda. Hal ini bertujuan untuk menyesuaikan perencanaan dan pelaksanaan produksi pembuatan konten Website dan Google Bisnis secara teknis. Selain itu, koordinasi juga dilakukan agar perencanaan kegiatan pelatihan dapat menjadi solusi yang tepat untuk permasalahan dan perkembangan UMKM mitra.

Setelah melakukan FGD dan berkoordinasi terkait persiapan pembuatan Website, Google Bisnis dan pelaksanaan Pelatihan, setiap anggota tim kemudian melakukan eksekusi sesuai dengan koordinasi hasil pembagian tugas masing-masing. Pembuatan Website dan Google bisnis memerlukan desain, foto produk, profil mitra, informasi produk dan videos singkat untuk kemudian digunakan sebagai konten pada Website dan Google Bisnis. Setelah produksi konten selesai, dilanjutkan dengan membuat Desain Website sambil berkoordinasi dengan mitra untuk menyelesaikan verifikasi data terkait pembuatan akun Website dan Google Bisnis. Setelah pembuatan Website dan Google bisnis selesai, Tim kembali berkoordinasi untuk menentukan jadwal dan teknis pelaksanaan pelatihan.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan telah ditentukan beberapa kegiatan sosialisasi dan pelatihan terkait pengelolaan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital dengan menggunakan Website, Google Bisnis dan pembukuan sederhana. Salah satu penelitian menyebutkan bahwa dengan memanfaatkan platform pemasaran digital, memastikan pasokan bahan baku yang

konsisten, dan meningkatkan variasi produk, bisnis dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan daya tarik e-commerce [6].

1. Pemaparan Materi Website sebagai Media *E-commerce*

Pada pemaparan materi Website sebagai Media *e-commerce*, peserta diberikan pengetahuan dan pemahaman terkait pentingnya sebuah UMKM memiliki Website dan Google bisnis sebagai alat jual. Hal ini bertujuan agar mereka termotivasi untuk memajukan UMKM Kasih Bunda dengan memanfaatkan media *e-commerce*. Selain itu, pemaparan materi ini juga memberi pengetahuan terkait perkembangan era digital yang mengharuskan sebuah UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan strategi pemasaran yang menggunakan media *e-commerce* untuk dapat bersaing di pasar global.



Gambar 2. Pemaparan Materi Website sebagai Media *e-commerce*

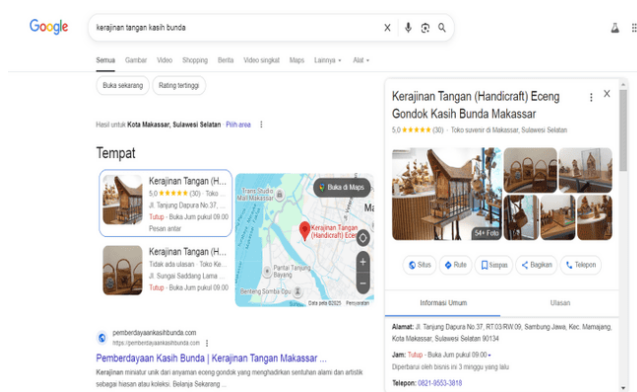
Pemaparan materi terkait Website sebagai media *e-commerce* juga menjadi salah satu upaya agar peserta mampu mengoptimalkan penggunaan media *e-commerce* (Website dan Google bisnis) sebagai alat jual produk. Hal ini juga merupakan hasil FGD awal yang disebutkan oleh ketua UMKM Kasih Bunda bahwa para pengrajin yang beranggotakan ibu-ibu Rumah Tangga belum familiar dengan Website dan Google bisnis. Sehingga, dengan adanya materi ini, peserta dapat menerapkan pengetahuan baru yang diperoleh sebagai upaya pengembangan dan peningkatan perluasan pasar produk kerajinan tangan UMKM Kasih Bunda. Selain itu, pada pelaksanaannya disebutkan oleh salah satu peserta bahwa materi ini menjadi pengalaman baru dan memotivasi mereka untuk turut serta memasarkan produk melalui website dan Google bisnis dimana sebelumnya mereka hanya aktif memproduksi produk karena kurangnya pengetahuan dibidang pemasaran digital.

2. Pelatihan Pengelolaan dan Penggunaan Fungsi Layanan pada Media E-commerce

Pelatihan media pengelolaan dan penggunaan fungsi layanan pada media *e-commerce* merupakan pemaparan materi terkait fungsi layanan yang tersedia di Website dan Google bisnis untuk digunakan sebagai alat pemasaran produk. Pada sesi ini peserta memperoleh materi dan melakukan praktik penggunaan layanan yang ada pada website dan google bisnis. Hal ini bertujuan agar peserta mampu mengakses dan memanfaatkan setiap layanan yang tersedia sehingga dapat secara optimal berfungsi dalam meningkatkan penjualan produk.



Gambar 3. Pelatihan Pengelolaan dan Penggunaan Fungsi Layanan pada Media E-Commerce



Gambar 4. Website dan Google Bisnis

Pada praktiknya, peserta diminta untuk mengakses Website dan Google Bisnis melalui *Handphone* masing-masing dengan pendampingan oleh Tim Pengabdi untuk memastikan peserta melakukan dengan benar arahan yang diberikan. Pada sesi ini, peserta mengakses setiap layanan dan diberi pengetahuan terkait keutamaan dari setiap layanan yang tersedia pada Website dan Google Bisnis. Praktik yang dilakukan melalui Website yaitu mengakses layanan terkait jenis produk, informasi produk, layanan transaksi penjualan, informasi terkait profil UMKM, artikel UMKM, dan bagaimana cara membagikan link Website sebagai cara untuk mempromosikan produk. Melalui pelatihan ini diharapkan para peserta dapat aktif memanfaatkan Website sehingga meningkatkan pengunjung *online* dan menciptakan perluasan pasar.

Sedangkan pada materi Google Bisnis peserta melakukan beberapa praktik yaitu; mengakses Google Bisnis, menemukan informasi terkait profil UMKM, membuat komen dan *rating* dengan pendampingan oleh tim agar pelatihan terlaksana dengan baik. Hal ini bertujuan agar Google Bisnis UMKM Kasih Bunda dapat secara optimal dimanfaatkan sebagai media *e-commerce* untuk pengembangan usaha. Optimalisasi melalui Google Bisnis dapat memberi kemudahan terhadap target pasar menemukan produk Kasih Bunda ketika melakukan pencarian jenis produk kerajinan tangan pada laman Google. Kemudahan akses oleh konsumen tentunya akan meningkatkan perluasan pasar yang diharapkan juga akan meningkat penjualannya. Peningkatan penjualan akan berdampak pada perbaikan

perekonomian anggota mitra. Sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh ketua pengabdi, bahwa minat beli sangat dipengaruhi oleh *rating* yang hanya bisa didapatkan melalui penjualan atau transaksi online via *e-commerce* seperti *website*, aplikasi dan media sosial [7].



Gambar 5. Pelatihan Pengelolaan Manajemen Layanan Website

Selain praktik penggunaan layanan pada Website dan Google Bisnis, pada sesi ini mitra juga diberikan pelatihan teknis terkait cara mengelola dan mengevaluasi segala bentuk aktivitas *online* melalui *operating system* sehingga mitra mampu mengoptimalkan fungsi Website sebagai alat pemasaran digital. Pelatihan ini dilakukan terhadap pengelola Website UMKM Kasih Bunda yang bekerja sebagai admin khusus untuk manajemen pemasaran media *e-commerce*. Tim pengabdi juga menyediakan Manual Book untuk digunakan oleh admin pengelola UMKM sebagai buku panduan dalam mengoperasikan Website. Manual Book berisi cara mengoperasikan Website bagi pemula agar dapat digunakan jika mitra menemukan kesulitan pada proses pengoperasian system.

3. Pemaparan Materi Manajemen Inventaris dan Praktik Pembukuan Sederhana

Pada pemaparan materi manajemen inventaris dan praktik pembukuan sederhana membahas terkait pengelolaan inventarisasi produk. Pada sesi ini, peserta diberikan pengetahuan dan pemahaman terkait fungsi manajemen inventaris melalui pembukuan digital secara sederhana. Hal ini bertujuan agar mitra mampu mengorganisir detail produk yang terdiri dari kategori produk, jumlah produk, harga produk, ketersediaan produk dan produk terlaris.



Gambar 6. Pemaparan Materi Manajemen Inventaris dan Praktik Pembukuan Sederhana

Pemaparan materi manajemen Inventaris memberikan pemahaman pada peserta tentang mengelolah dan mengatur jenis produk yang akan di produksi sesuai dengan jumlah peminatnya. Hal ini dilakukan agar jenis produk yang dihasilkan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen sehingga produk dapat lebih mudah terjual. Selain itu, inventaris produk memberi kemudahan terhadap mitra untuk mengetahui jumlah ketersediaan produk sehingga lebih memudahkan saat melakukan proses penjualan. Sementara, kategorisasi dan detail produk membantu konsumen dalam menemukan produk sesuai dengan kebutuhannya.



Gambar 7. Aktivitas Peserta Mengikuti Manajemen Inventaris dan Pelatihan Pembukuan Sederhana

Sementara itu, pada pelaksanaan praktik pembukuan sederhana para peserta cukup interaktif bertanya terhadap Tim untuk memastikan pembukuan yang dikerjakan sudah sesuai arahan pemateri. Peserta cukup tertarik dalam memahami pembukuan sederhana karena dianggap akan memudahkan dalam menginventaris produk. Tentunya kemudahan menginventaris juga bermanfaat dalam menentukan jenis produk yang diproduksi dan sebagai strategi yang tepat agar ketersediaan produk lebih meyesuaikan permintaan pasar.

Fungsi dan tujuan manajemen diberikan kepada mitra agar memudahkan mereka dalam menentukan produk yang produksi. Selain itu, pengetahuan ini juga membantu mitra mengorganisir jenis dan jumlah produk baik secara manual maupun melalui pembukuan digital. Pemaparan materi dan praktik pembukuan sederhana dilakukan dengan pendampingan oleh beberapa anggota Tim di setiap kelompok peserta. Pendampingan dilakukan untuk memastikan peserta memahami dan mampu mengimplementasikan pemaparan materi dan praktik yang tersedia melalui lembaran *print out* berisi tabel pembukuan.

4. Penyerahan Akun Website, Google Bisnis, Bahan produksi, Eceng Gondok dan Alat Pemipih

Rangkaian akhir dari kegiatan pelatihan yaitu penyerahan Akun Website, Google Bisnis, Bahan produksi, eceng Gondok dan Alat pemipih. Penyerahan Akun Website dan Google Bisnis diberikan secara simbolis dengan cara mengakses link Website dan google Bisnis secara bersamaan dan dipandu oleh Tim. Peresmian akun dilanjutkan dengan penyerahan bahan dan alat produksi. Penyerahan alat juga dilanjutkan dengan demosntrasi alat oleh mitra dengan menggunakan eceng gondok.



Gambar 8. Penyerahan Akun Website, Google Bisnis, Bahan produksi, Eceng Gondok dan Alat Pemipih.

Alat produksi diberikan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas produk mitra. Selain itu, alat pemipih juga diperuntukkan agar memudahkan mitra dalam memproduksi produk yaitu lebih efisien dari segi waktu dan hasil eceng gondok yang dipipih dengan alat lebih berkualitas. Sedangkan penyerahan bahan dan alat dilakukan untuk membantu jumlah produksi mitra agar secara optimal dapat memaksimalkan penjualan produknya melalui media *e-commerce*.



Gambar 9. Aktivitas Peserta Selama Pelaksanaan Kegiatan Berlangsung

Selama pelaksanaan kegiatan berlangsung terlihat para peserta cukup antusias dan fokus mendengarkan. Hal ini juga didukung dengan pernyataan salah satu peserta yang menyebutkan bahwa mengikuti pelatihan ini, menjadi pengalaman baru dan membawa

semangat untuk semakin giat mengembangkan UMKM kerajinan tangan Kasih Bunda. Pemberian materi terkait media *e-commerce* menjadi hal baru bagi peserta dan membuka wawasan mitra tentang cara mengembangkan usaha dan bersaing di pasar Global.

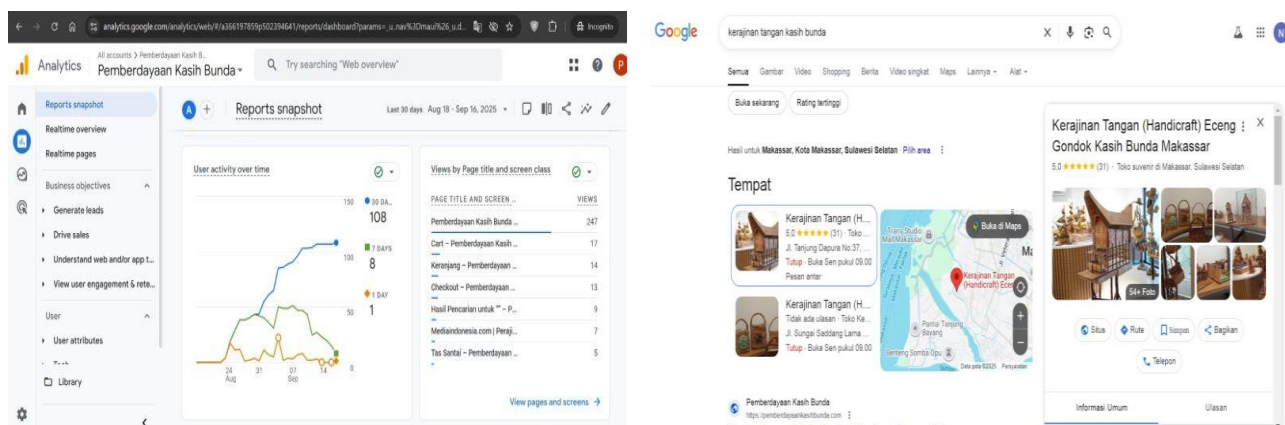


Gambar 10. Aktivitas Peserta Mengikuti Pelatihan Pengelolaan Website dan Google Bisnis

Pelatihan pengelolaan Website dan google bisnis terlaksana dengan bantuan beberapa Tim dari mahasiswa yang mendampingi para peserta pada setiap praktik yang diarahkan oleh pemateri. Sekalipun peserta sebagian besar sudah berusia lanjut namun tidak menghalangi semangat mereka untuk mengikuti dan menyelesaikan arahan pemateri. Pelatihan penggunaan layanan Website dan Google bisnis diharapkan dapat mendorong target pasar dan menjadi mampu bersaing di pasar global.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui capaian target yang dihasilkan pasca pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat terhadap Mitra. Capaian target setelah pelatihan dilakukan dengan melihat perubahan grafik pada jumlah pengunjung Website dan Google Bisnis. Grafik dapat dimonitoring dengan melihat pada Google Analytics untuk mengetahui jumlah pengunjung Website. Sedangkan pada Google Bisnis dilakukan monitoring akun dengan melihat *rating* dan akun mitra dapat ditemukan pada pencarian paling utama melalui Google. Grafik Website dan hasil pencarian akun Google Bisnis pada Google dapat dilihat pada gambar berikut:

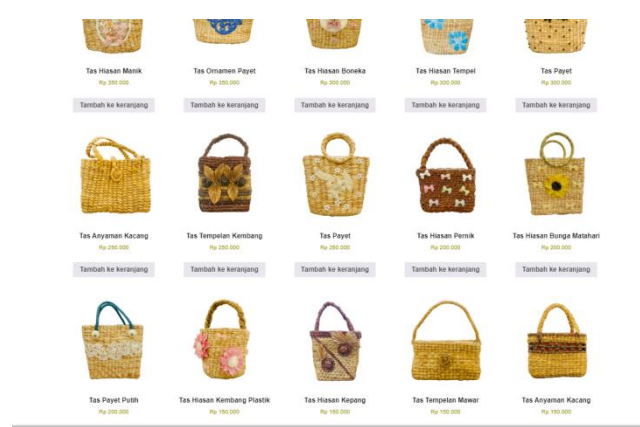


Gambar 11. Grafik Website (kiri) dan Pencarian Google Bisnis Mitra pada Google (kanan)

Gambar di atas memperlihatkan Grafik Google Analytics untuk Website Pemberdayaan Kasih Bunda sejak aktif digunakan oleh mitra pada tanggal 24 Agustus 2025 sampai tanggal 14 September 2025 memperlihatkan peningkatan jumlah aktivitas pengunjung website yang cukup signifikan. Pada garis berwarna kuning pada hari pertama digunakan memperlihatkan pengguna aktif sebanyak 1 pengguna, garis berwarna hijau selama 7 hari digunakan memperlihatkan 8 jumlah pengguna aktif, dan garis biru memperlihatkan 108 jumlah pengguna aktif selama 30 hari. Sehingga dapat disimpulkan bahwa selama 30 hari pada masa aktif website mengalami peningkatan jumlah pengunjung *online* sebanyak 108 pengguna. Hal ini sesuai dengan capaian target pelaksanaan Pengabdian yaitu terdapat peningkatan jumlah pengunjung online pada Website mitra.

Sementara itu, untuk akun Google Bisnis mitra telah memperlihatkan perubahan pada jumlah *rating* yang tinggi, yaitu bintang 5.0. Selain itu, pada kolom komentar juga telah terisi dengan komentar yang baik tentang produk sehingga meningkatkan kredibilitas UMKM Kasih Bunda pada pencarian Google terkait kerajinan tangan eceng gondok. Hal ini mempengaruhi posisi akun mitra yang akan muncul pada urutan teratas ketika dilakukan pencarian pada laman Google. Akun mitra yang muncul pada urutan teratas akan memberi kemudahan pada calon konsumen menemukan UMKM Kerajinan Tangan Kasih Bunda. Salah satu upaya untuk meningkatkan pengunjung *online* pada Website juga dilakukan dengan menambahkan link Website pada layanan akun Google Bisnis mitra.

Terkait transaksi penjualan melalui Website juga masih terus dilakukan monitoring oleh Tim. Namun, data yang diperoleh baik melalui Google Analytics maupun wawancara langsung dengan mitra disebutkan belum terjadi transaksi secara *online*. Selanjutnya, untuk hasil pelatihan terkait pembukuan sederhana dan pengelolaan pembukuan yang terkategori juga masih dimonitoring. Monitoring dilakukan untuk melihat kategorisasi jenis produk pada Website dikelola dengan baik.



Gambar 12. Inventarisasi Jenis Produk pada Laman Website UMKM Kasih Bunda

Inventarisasi pada Website mitra telah terkategori dengan baik dan dilengkapi dengan informasi produk seperti; jenis, harga dan ketersediaan produk. Hal ini tentu lebih memudahkan konsumen untuk menemukan informasi produk yang dibutuhkan. Kemudahan konsumen dalam mengakses dan menemukan produk yang dibutuhkan akan meningkatkan citra UMKM dan juga

memudahkan pengelolaan inventarisasi produk oleh pengelola UMKM Kasih Bunda. Kualitas website dan layanan yang optimal berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan untuk melakukan pembelian ulang maupun transaksi secara online [8].

Selain peningkatan kualitas pada media *e-commerce*, Tim pengabdian juga melakukan pengadaan alat produksi dengan tujuan agar memudahkan mitra dalam proses produksi sekaligus meningkatkan kualitas hasil produksi. Selama ini mitra kesulitan dalam proses pemipih karena belum memiliki alat pemipih eceng gondok sehingga mempengaruhi kualitas dan kuantitas ketersediaan produk karena proses produksi yang cukup lama.



Gambar 13. Proses Produksi Menggunakan Alat Pemipih

Saat ini mitra telah aktif menggunakan alat pemipih dalam proses produksi produk kerajinan tangan. Penggunaan alat pemipih sangat memudahkan mitra untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Hal ini tentu menjadi capaian target dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat yaitu peningkatan kualitas produk yang diharapkan akan meningkatkan pula penjualan UMKM Kasih Bunda.

KESIMPULAN

Pelatihan Optimalisasi Sistem Pemasaran dan Pembukuan Digital Pelatihan Pendampingan dan Pengelolaan Website Sebagai Media *E-Commerce* dilaksanakan sebagai upaya agar UMKM kerajinan tangan Kasih Bunda dapat berkembang dan bersaing dengan kompetitor di pasar global. Sosialisasi dan pelatihan penggunaan layanan Website dan Google Bisnis terhadap mitra diharapkan dapat memberdayakan anggota pengrajin agar tidak hanya memiliki keterampilan menganyam tapi juga mampu mengelola dan memanfaatkan media *e-commerce* sebagai alat penjualan *online*. Hal ini dilihat dari hasil evaluasi Website dan Google Bisnis memperlihatkan peningkatan pengunjung *online* yang signifikan. Sedangkan materi dan pelatihan terkait pengelolaan inventarisasi dan pembukuan sederhana memberikan keterampilan dalam pengelolaan kategorisasi dan ketersediaan produk. Selain itu, Pelaksanaan kegiatan juga didukung dengan penyerahan alat dan bahan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk sehingga mendukung pengembangan penjualan produk secara optimal. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan agar UMKM Kasih Bunda dapat berkembang dan bersaing di era digital sekarang ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan dan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi atas pendanaan yang telah diberikan untuk pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2025. Kami juga berterimakasih kepada seluruh pihak terkait yang telah kooperatif selama proses pengerjaan produk sampai pelaksanaan kegiatan. Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan kegiatan masih banyak kekurangan dan kelemahan dari pihak pelaksana, namun kami sangat menghargai segala kritik dan saran dari masyarakat serta semua pihak yang terlibat dalam pertumbuhan UMKM maupun para penggerak di bidang usaha dan industri kreatif. Semoga hasil dari pengabdian masyarakat ini dapat membawa kebermanfaatan bagi mitra, perempuan berdaya dan masyarakat.

REFERENSI

- Aisyah A, Dartono FA. Studi Kasus Serat Eceng Gondok Pada Produk Kerajinan Di Industri Kreatif Bengok Craft. Ornamen. 2022;19(2):176–98.
- Berlianty I, Astanti YD, Santoso DH. Optimalisasi produksi dan penjualan kerajinan enceng gondok menuju penguatan branding industri kreatif ramah lingkungan. SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia. 2022;2.
- Acfira LG, Halik F, Nur R, Khadafi N. Development of website-based risk mitigation to prevent non-performing loans at PT. Prima Kencana Rejeki. KnE Engineering. 2024;615–22.
- Kusmiati E, Nurbudiwati N, Shiddieq DF. Pendampingan product branding melalui pengembangan website dan Instagram bagi pengrajin eceng gondok di Kabupaten Garut. Abdimas Galuh. 2024;6(2):2023–35.
- Minasa S, Sya'bandyah F, Abdul Muhaemin MN, Juliandani B. Sistem informasi pengelolaan inventaris UMKM berbasis web dengan pendekatan Agile. In f o t r o n i k : Jurnal Teknologi Informasi dan Elektronika. 2024;9(2):104–12.
- Limpo L, Utami EY. Analisis Variabel Sosial Media Marketing, Optimasi Mesin Pencari, dan Interaksi Konsumen Online terhadap Pertumbuhan Penjualan Produk Kerajinan Tangan di Kota Bandung. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science. 2024;2(2):168-177.
- Umar NJ, Akhfir M. Pengaruh rating terhadap minat beli online customer pada layanan go-food melalui aplikasi gojek. K A R E B A : Jurnal Ilmu Komunikasi. 2021;1–8.
- Deliana N. Pengaruh kualitas website dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan dan kepercayaan konsumen Shopee. Journal of Indonesian Social and Technology. 2022;3(3):358–69.