

Diseminasi Potensi Umkm Kelurahan Kaliombo Melalui Website

^aSafira Maulida, ^{a*}Yunik Susanti, ^aDevi Hermawati Purbasari,
^aNiken Elsanita, ^aYusuf Afandi, ^aAhmad Naufal Faizal Firdaus,
^aEllen Putri Aikasari, ^aNur Mohamad Iqbal Jauhari
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak—UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi salah satu pilar utama dalam menggerakkan ekonomi Indonesia, termasuk di Kota Kediri. Data dari BPS Kota Kediri menunjukkan bahwa UMKM di sana mengalami pertumbuhan yang positif selama dua tahun berturut-turut. Pada tahun 2021, tercatat adanya pertumbuhan sebesar 3,63% dari jumlah UMKM dibandingkan tahun sebelumnya. Didalam pengabdian ini berlokasi di Kelurahan Kaliombo, Kecamatan Kota Kediri, merupakan upaya kolaborasi antara pihak yang terlibat, termasuk Karang Taruna Kelurahan Kaliombo dengan hasil akhir yaitu data UMKM yang telah didapatkan akan dimasukkan ke dalam website kelurahan untuk sebagai media promosi yang di fasilitasi oleh pihak karang taruan terdapat bebrapa UMKM yang dimaksudkan salah satunya yaitu bergerak didalam bidang kuliner dan aksesoris

Kata Kunci—UMKM, Kaliombo, Karang Taruna, Website

Abstract—UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) are one of the main pillars driving the Indonesian economy, including in the city of Kediri. Data from the Kediri City Central Bureau of Statistics (BPS) shows that MSMEs there have experienced positive growth for two consecutive years. In 2021, there was a recorded growth of 3.63% in the number of MSMEs compared to the previous year. This engagement is located in Kaliombo Sub-district, Kediri City, and is a collaborative effort among involved parties, including the Kaliombo Sub-district Youth Organization (Karang Taruna Kelurahan Kaliombo). The ultimate outcome is that the data of MSMEs obtained will be inputted into the sub-district website as a promotional medium facilitated by the youth organization. Several MSMEs will be included, one of which operates in the culinary and accessories sectors.

Keywords—UMKM, Kaliombo, Karang Taruna, Website

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Safira Maulida,
Manajemen,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email : 1safiramaulidya7@gmail.com



I. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi salah satu pilar utama dalam menggerakkan ekonomi Indonesia, termasuk di Kota Kediri. Data dari BPS Kota Kediri menunjukkan bahwa UMKM di sana mengalami pertumbuhan yang positif selama dua tahun berturut-turut. Pada tahun 2021, tercatat adanya pertumbuhan sebesar 3,63% dari jumlah UMKM dibandingkan tahun sebelumnya[1]. Tren ini terus berlanjut pada tahun 2022, di mana pertumbuhan jumlah UMKM mencapai 4,66% dibandingkan tahun sebelumnya. Kondisi ini mencerminkan kontribusi yang signifikan dari sektor UMKM dalam memperkuat ekonomi lokal, memberikan lapangan kerja, serta mendorong peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Kota Kediri secara keseluruhan[2]. Dengan pertumbuhan yang konsisten, UMKM di Kota Kediri menjadi salah satu kekuatan penting dalam pembangunan ekonomi regional[3].

Geliat perekonomian merupakan indikator krusial dalam menilai kemajuan dan kesejahteraan suatu wilayah, sehingga perhatian utama harus difokuskan pada pembangunan dan penguatan aspek ekonomi[4]. Khususnya bagi UMKM, pentingnya pengenalan dan pemasaran yang luas tidak dapat dipandang remeh, karena hal ini menjadi salah satu indikator vital dalam menentukan tingkat penjualan dan kesuksesan usaha[5]. Kemampuan UMKM untuk dikenal secara luas akan memengaruhi daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif dan terarah menjadi kunci dalam memastikan UMKM dapat bertahan dan tumbuh dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan memperkuat visibilitas dan citra merek, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional secara keseluruhan[6].

Perkembangan teknologi mempersembahkan sebuah kesempatan krusial dalam menyebarkan informasi digital, terutama bagi kepentingan usaha dan perekonomian. Salah satu wujud nyatanya adalah melalui website, yang menjadi sarana penting dalam menghadirkan informasi secara online. Sebuah website merupakan kumpulan halaman web yang terhubung satu sama lain dan dapat diakses melalui internet. Setiap halaman web ini menyajikan beragam informasi, mulai dari teks, gambar, video, hingga animasi. Fungsi website tidak terbatas pada satu bidang saja, melainkan dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti keperluan bisnis, pendidikan, hiburan, dan sebagainya. Melalui keberadaan website, pelaku usaha dapat meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada

khalayak yang lebih luas secara efisien dan efektif[7].

Penelitian tentang penggunaan website dalam mendukung kelangsungan kegiatan ekonomi telah dilakukan secara luas, salah satunya oleh Pemerintah Kota Bengkulu. Dalam program yang mereka rancang, memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk mendukung terlaksananya digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam menghadapi pandemi Covid-19 yang mengancam sektor ekonomi[8]. Penelitian tersebut menjadi salah satu tolok ukur penting dalam merancang program diseminasi yang berkolaborasi dengan Karang Taruna Kelurahan Kaliombo. Melalui kolaborasi ini, website yang sudah ada akan dikelola dengan baik sehingga dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi UMKM yang berada di Kelurahan Kaliombo. Diharapkan dengan adanya dukungan ini, UMKM dapat terus berkembang dan bertahan di tengah tantangan ekonomi yang dihadapi

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian yang dilaksanakan di Kelurahan Kaliombo, Kecamatan Kota Kediri, merupakan upaya kolaborasi antara pihak yang terlibat, termasuk Karang Taruna Kelurahan

Kaliombo. Melalui kerjasama ini, berbagai program dan kegiatan dapat direalisasikan untuk meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan di wilayah tersebut. Keberadaan Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan turut aktif dalam menggerakkan berbagai kegiatan sosial, budaya, dan pembangunan di tingkat lokal, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

Metode pelaksanaan program yang dilakukan dalam beberapa tahap yaitu :

1. Tahap sosialisasi
Tahap sosialisasi dilakukan secara kolaboratif antara tim yang merancang program dengan pihak Karang Taruna, bertujuan untuk melakukan koordinasi dan memberikan penjelasan lebih lanjut kepada para UMKM yang berada di Kelurahan Kaliombo.
2. Tahap pelatihan
Tahap ini dilakukan dengan memberikan pelatihan mengenai pembuatan konten website kepada para pihak karang taruna, dan juga memberikan pengetahuan mengenai Optimasi SEO Website sehingga konten-konten tersebut lebih mudah ditemukan di dalam website.
3. Pendampingan
Didalam tahap ini dilakukan proses pendampingan kepada pihak karang taruna dan UMKM untuk lebih mengoptimalkan website dan konten yang akan dimasukkan ke dalam website tersebut.
4. Evaluasi
Didalam tahap ini akan dilakukan evaluasi yang dimana akan dibagi menjadi 2 yaitu evaluasi pada pertengahan program dan akhir program, evaluasi pertengahan program dimaksudkan untuk melihat kekurangan dan apa yang perlu ditingkatkan di dalam program tersebut sedangkan evaluasi di akhir program akan dimaksudkan guna memberikan penilaian akhir mengenai program dan menentukan keberlanjutan program tersebut.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil di dalam program ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap Sosialisasi



Gambar 1 Sosialisasi Mengenai Program bersama dengan Karang Taruna

Tahap sosialisasi diadakan dengan pihak Karang Taruna Kelurahan Kaliombo didalam tahap sosialisasi ini pihak tim memaparkan mengenai program yang akan dilaksanakan dan sekaligus meminta izin kepada pihak Karang Taruna untuk bekerja sama dalam program ini. Hasil dari tahapan ini pihak Karang Taruna memberikan respon yang bagus akan program yang dijalankan selain itu didalam pertemuan ini pihak Karang Taruna memberikan beberapa ide tambahan terkait kelanjutan dari program yang akan diluncurkan nantinya. Selain itu pihak Karang Taruna memberikan komitmen untuk terus melanjutkan program tersebut dikemudian hari apabila dirasa program ini efektif dan bermanfaat untuk warga Kelurahan Kaliombo khususnya bagi UMKM yang berada di Kelurahan tersebut.

2. Tahap Pelatihan

Pada tahap pelatihan, tim bertanggung jawab untuk memberikan pelatihan kepada pihak Karang Taruna tentang optimalisasi website dan teknik Optimasi SEO Website. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada anggota Karang Taruna agar mereka dapat lebih mudah melakukan optimalisasi website yang digunakan dalam proses branding Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kaliombo, Kota Kediri. Selama pelatihan, pihak Karang Taruna menunjukkan kepuasan dan rasa terima kasih atas wawasan baru yang diperoleh, karena mereka merasa bahwa pelatihan tersebut memberikan pemahaman yang mendalam dan praktis untuk meningkatkan kualitas website yang sudah ada. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dukungan yang signifikan dalam memperkuat branding dan eksistensi UMKM di wilayah tersebut.

3. Tahap Pendampingan

Dalam tahap ini, tim bersama dengan pihak Karang Taruna melakukan kunjungan ke Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk dimasukkan ke dalam website yang telah disiapkan. Selain itu, tim dan Karang Taruna juga memberikan pendampingan dan penjelasan kepada pihak UMKM mengenai program yang sedang dilaksanakan. Tujuannya adalah agar pihak UMKM dapat lebih memahami secara menyeluruh tentang program tersebut. Selain itu, Karang Taruna juga memberikan panduan kepada UMKM tentang tata cara untuk melihat dan menyebarkan link website agar dapat disebarluaskan dengan lebih maksimal oleh masing-masing UMKM secara individu. Dengan demikian, melalui kerjasama antara tim, Karang Taruna, dan UMKM, diharapkan implementasi program dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang signifikan bagi perkembangan UMKM di Kelurahan Kaliombo.



Gambar 2 Hasil Kunjungan Kepada Pihak UMKM

Berikut adalah tampilan website UMKM Kelurahan Kaliombo



Gambar 3 Userinterface Website dan Konten di dalam Website

4. Tahap Evaluasi

Setelah melalui serangkaian tahapan yang telah dilakukan, dilakukan evaluasi untuk menentukan kelangsungan dan keberlanjutan program ini. tim mengobservasi hasil desain dan memberikan masukan mengenai desainnya [9]. Evaluasi dilakukan dengan metode mendengarkan feedback dan tanggapan dari pihak-pihak terkait [10], termasuk Karang Taruna dan perangkat kelurahan. Hasil dari evaluasi menunjukkan bahwa program ini perlu dilanjutkan karena telah berhasil memberikan dampak positif terhadap proses digitalisasi di Kelurahan Kaliombo. Dengan demikian, keputusan untuk melanjutkan program ini diambil berdasarkan evaluasi yang menyatakan keberhasilannya dalam memberikan manfaat bagi masyarakat dan UMKM setempat, serta dukungan yang diberikan oleh pihak terkait.



Gambar 4 Tahap Evaluasi

Seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan telah memberikan dampak yang signifikan bagi proses digitalisasi dan branding Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kelurahan Kaliombo. Hal ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi dan branding melalui website dianggap efektif dalam meningkatkan eksistensi dan jangkauan UMKM lokal. Penerapan teknologi informasi, sebagaimana terungkap dalam penelitian yang dilakukan oleh Hafisa dan rekan-rekan, terbukti sangat penting bagi kelangsungan UMKM, terutama di masa sekarang ini. Dengan adanya kegiatan ini, UMKM di Kelurahan Kaliombo dapat lebih mudah dikenali dan dijangkau oleh masyarakat luas melalui platform online, sehingga membantu meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis mereka secara keseluruhan. Dengan demikian, upaya ini tidak hanya memberikan manfaat secara langsung bagi UMKM, tetapi juga berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal secara lebih luas melalui penguatan sektor UMKM.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari program ini adalah bahwa melalui serangkaian kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang dilakukan kepada Karang Taruna, serta optimalisasi website dan SEO untuk branding UMKM di Kelurahan Kaliombo, program ini telah berhasil mencapai tujuannya. Website yang dibuat telah menggambarkan informasi yang menarik mengenai UMKM di Kelurahan Kaliombo, meningkatkan eksistensi mereka secara online. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program ini perlu dilanjutkan karena telah memberikan dampak positif terhadap proses digitalisasi UMKM di wilayah tersebut. Melalui program ini, UMKM menjadi lebih mudah dikenali dan dijangkau oleh masyarakat luas melalui platform online, yang pada gilirannya membantu meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis mereka secara keseluruhan. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi UMKM, tetapi juga berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal di Kelurahan Kaliombo.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Layli, F. W. Wibowo, K. R. Setiorini, and T. Indriyani, "Diseminasi literasi keuangan sebagai transisi peningkatan potensi umkm menghadapi inklusi keuangan," vol. 8, no. 1, pp. 1503–1512, 2024.
- [2] N. Fitriyah, R. Fahrizky, A. Rivaldi, and B. A. Endow S, "Diseminasi Informasi Potensi Desa Wisata Melalui Website," *J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 3, pp. 261–269, 2022, doi: 10.52436/1.jpmi.630.

- [3] Y. T. Nainggolan, S. R. Pratiwi, C. Devi, and M. Rahmawati, "Diseminasi Pemahaman Dan Manfaat Akuntansi Bagi Umkm Di Kota Tarakan," *Abdi Wina J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, p. 59, 2021, doi:10.58300/abdiwina.v1i2.204.
- [4] A. Suwandi, D. Rahmalina, and E. Rudiati, "PENINGKATAN DAYA SAING UMKM PRODUK MAKANAN RINGAN MELALUI DISEMINASI TEKNOLOGI," *J. Abdimas*, no. November, 2022.
- [5] H. Irianto, E. Widiyanti, E. W. R, Y. Suherlan, and N. Widyamurti, "Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-2 Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret , Surakarta Penerbitan Jurnal Pusat Studi Guna Peningkatan Peran Perguruan Tinggi dalam Diseminasi Karya Pemberdayaan UMKM Pangan Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-," pp. 280–287, 2022.
- [6] R. A. Yudisetyanto and Y. B. Baut Priyambodo, "Optimalisasi Potensi Desa Preuner Sriharjo, Imogiri, Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Desiminasi Literasi Visual Fotografi," *J. Pengabd. Seni*, vol. 4, no. 1, pp. 51–57, 2023, doi: 10.24821/jps.v4i1.9525.
- [7] F. Yudhanto, R. A. Anugrah, and O. Wijaya, "Pelatihan Pengemasan Dan Pemasaran Produk Umkm Masyarakat Di Desa Wates Kulon Progo," *Disem. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 68–73, 2022, doi: 10.33830/diseminasiabdimas.v4i1.1833.
- [8] H. Tri Murti, V. Puspita, P. Ratih, U. Hazairin, and S. Bengkulu, "Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu (Utilization of Information Technology and Organizational Change Management to support Post-Covid 19 Sustainable Business for MSMEs in Bengkulu City)," *J. Bisnis dan Pemasar. Digit.*, vol. 1, no. 1, pp. 33–41, 2021.
- [9] Resmini, S., Satriani, I., & Rafi, M. (2021). Pelatihan penggunaan aplikasi canva sebagai media pembuatan bahan ajar dalam pembelajaran bahasa inggris. *Abdimas Siliwangi*, 4(2), 335-343.
- [10] Achmad Nasih, & Tri Asihati Ratna Hapsari. (2022). MONITORING DAN EVALUASI KEBIJAKAN PENDIDIKAN. *Indonesian Journal of Teaching and Learning (INTEL)*, 1(1), 77–88. <https://doi.org/10.56855/intel.v1i1.112>