

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Penerapan Digitalisasi UMKM melalui E-Commerce dan Portal Informasi sebagai Strategi Pemasaran Produk

Ari Muhardono¹, Dina Amalia Mahmudah², Tsamara³, Muhammad Baqo⁴
^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan

Email : ¹arimuhardono@unikal.ac.id , ²dinaamalia14@gmail.com ,
³tsamaradanial@gmail.com , ⁴Muhammadbaqo13@gmail.com

Abstract.

This research is a research and development research that aims to design UMKM digitization, which is to help SMEs ATBM in Cepagan Village increase marketing reach through E-Commerce and Information Portals. The System Development method used is the Prototype Method using an approach to make a design quickly and gradually which includes requirements analysis, building prototyping, evaluating prototyping, coding the system, testing the system, and evaluating the system. The results of this research are the implementation of the digitization of MSMEs which includes the creation of E-Commerce, Information Portal Websites, QRIS Digital Payment Methods, and Application of Search Engine Optimization. With the existence of E-Commerce, it can help MSMEs in reaching a wider market and increasing product sales turnover, the information portal website for the ATBM Weaving Village in Cepagan Village is used as a medium of information about the activities of the ATBM Weaving Village in Cepagan Village with the aim of reviving the image and existence of Cepagan Village. known as the "Kampung Tenun" Cepagan Village so that it is known to the wider community and has proven to be effective in increasing website traffic so that the potential for purchases is higher

Keywords:

Digitizing MSMEs, E-Commerce, Village ATBM

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi tidak hanya di negara berkembang seperti Indonesia, tetapi juga di negara maju. Di Indonesia, peran UMKM tidak hanya berperan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Pertumbuhan usaha mikro menjadikan mereka sumber pertumbuhan untuk kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan menyerap tenaga kerja yang besar, berarti UMKM juga akan berperan strategis

dalam upaya pemerintah mengatasi kemiskinan dan pengangguran [8].

Pemerintah Indonesia mendukung industri senilai Rp. 70.1 triliun dan mendukung dunia usaha senilai Rp. 150 triliun. Berdasarkan catatan Kementerian Keuangan, dunia usaha yang terdampak sangat signifikan adalah UMKM, dikarenakan UMKM memiliki kontribusi sebesar 61.07% dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. UMKM juga menyerap 97% dari keseluruhan tenaga kerja dan 99% dari keseluruhan lapangan kerja. Tahun 2018, UMKM tercatat pelaku usaha

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

yang terkena dampak pandemi tercatat 82.9%. Bahkan 63.9% mengalami penurunan omset penjualan lebih dari 30%. (Badan Pusat Statistik, 2020)

Datangnya Covid-19 di Indonesia mempengaruhi keberlangsungan perekonomian Indonesia, terutama para pelaku ekonomi baik itu usaha mikro, kecil, dan menengah. Hal ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan pelaku UMKM, karena berkurangnya aktivitas dan interaksi setiap orang, otomatis menyebabkan penurunan daya beli, dan omset penjualan rata-rata menurun drastis. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diberlakukan pemerintah untuk mencegah penyebaran virus mempengaruhi perilaku masyarakat saat membeli barang. Belanja secara online adalah kebutuhan dan pilihan paling aman dalam mengurangi interaksi secara fisik. Karena digitalisasi meminimalkan kontak langsung, dan juga dapat membantu meminimalkan risiko penyebaran virus Covid-19.

Desa Cepagan yang berada di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang, merupakan sentra industri kreatif Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Industri ATBM di Desa Cepagan merupakan industri yang potensial karena mempunyai keunikan lokal dan tergolong langka di wilayah Jawa Tengah. Keunikan lokal (*local uniqueness*) tersebut merupakan salah satu faktor utama bagi peningkatan daya saing produk lokal, oleh karena itu, Bupati Batang menobatkan Desa Cepagan sebagai Kampung ATBM. Beliau mengapresiasi kepada warga setempat yang telah turut andil melestarikan peninggalan nenek moyang dengan tetap berkarya memproduksi Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) di tengah persaingan bisnis yang ketat. Desa Cepagan juga berpotensi untuk dijadikan sebagai

destinasi wisata baik wisatawan lokal maupun mancanegara terkait dengan "Edukasi Ekonomi Kreatif Tenun".

Terjadinya pandemi Covid-19 mengakibatkan sebagian besar pengrajin tenun lesu dan kehilangan pangsa pasar yang rata-rata di kota wisata, seperti di Bali, Lombok, juga beberapa negara Eropa. Para pengrajin terpaksa harus menutup usahanya dan menjual beberapa peralatan tenun untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan informasi dari Ahmad Sofa yang dikutip dari Tribunjateng.com 2020 mengemukakan agar tetap bertahan di tengah badai covid-19 memang cukup sulit, karena sasaran pasar semua telah menutup akses tidak ada permintaan sehingga sangat kesulitan untuk memasarkannya, sehingga omset menurun drastis sampai 90%.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh penulis maka diperlukan sebuah upaya digitalisasi UMKM untuk pengembangan potensi masyarakat sebagai pengolah sandang tenun jenis ATBM agar tetap bertahan dan eksis di tengah situasi pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk Perancangan Digitalisasi UMKM yaitu membantu para pelaku UMKM ATBM Desa Cepagan dalam meningkatkan jangkauan pemasaran melalui E-Commerce dan Portal Informasi. Digitalisasi UMKM meliputi pembuatan E-Commerce, Website Portal Informasi, Metode Pembayaran Digital QRIS, Penerapan Search Engine Optimization, dan Pembuatan Platform Social Media.

Penerapan digitalisasi terjadi di berbagai bidang terutama sektor operasional dan sektor pemasaran. Pemasaran digital akan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan jangkauan pasar melalui website dan sosial media. Pelaku usaha juga dapat merasakan kemudahan dengan

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

menerapkan digitalisasi pada usahanya, segala hal bisa diatur oleh satu sistem yang tersentralisasi sehingga lebih praktis, efisien, dan minim biaya [12].

Pemberdayaan masyarakat melalui digitalisasi UMKM sangat penting di era informasi saat ini. Memahami bagaimana teknologi informasi dan ilmu pengetahuan dan teknologi digunakan dalam dunia bisnis akan mendorong pengembangan dan komersialisasi bisnis. Dengan tersedianya website industri lokal, akan memungkinkan untuk mengembangkan ekonomi industri, yang pada akhirnya akan memperkuat perekonomian Indonesia [8].

Berdasarkan data dan hasil survey 2021, jumlah pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 73.8% dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 274.9 juta orang. Jumlah tersebut mengalami kenaikan yang sangat signifikan dibanding tahun 2020 yaitu kenaikan sebesar 15.5% [11]. Dari data tersebut, dapat kita lihat bagaimana peluang bisnis yang sangat potensial dengan menggunakan teknologi internet terlebih dalam situasi pandemi seperti saat ini. Perkembangan teknologi yang semakin canggih merupakan salah satu faktor pendorong dan memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan perekonomian dunia, yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar dengan cara yang mudah, murah, dan tanpa batasan geografis. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya salahsatunya melalui istilah E-Commerce [2].

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Penerapan Digitalisasi UMKM melalui E-Commerce dan Portal Informasi sebagai Strategi Pemasaran Produk ATBM Desa Cepagan

TINJAUAN TEORITIS

Penerapan digitalisasi pada pelaku UMKM dapat memberikan dampak positif peningkatan pendapatan, sehingga dapat membantu dan memperbaiki pendapatan ekonomi keluarga selama pandemi. Para pelaku UMKM didominasi oleh generasi muda karena lebih aktif dan lebih bisa dalam menggunakan teknologi [5].

Penelitian yang dilakukan Putra [6] menghasilkan penelitian sistem informasi pemasaran online dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas, yang dapat membantu Toko Batik Marissa dalam memperluas jangkauan pasar, mempermudah dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan produk yang tersedia, mempermudah customer dalam melakukan proses pemesanan, serta membantu pemilik untuk pengambilan keputusan guna mengembangkan Toko Batik Marissa. Pemanfaatan E-Commerce untuk optimalisasi penjualan dan pemasaran produk Shopsock berbasis web diharapkan dapat mempermudah promosi penjualan serta transaksi pembelian [7].

Penelitian yang dilakukan [10] menghasilkan aplikasi Toko online berbasis web yang memberikan informasi stok barang secara real-time, laporan penjualan, laporan stok barang, dan toko dapat mempromosikan produk yang dijual. Sehingga proses pelaporan dan pengontrolan informasi secara stok barang dapat dilakukan dengan baik serta jangkauan pemasaran toko dapat

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

lebih luas sehingga dapat meningkatkan omset penjualan toko.

Penelitian yang dilakukan [4], menghasilkan sistem pemasaran online yang memberikan kemudahan konsumen dalam berbelanja online dan memberikan kemudahan perusahaan dalam pembuatan laporan laporan diantaranya laporan stok barang, laporan pembelian, laporan penjualan, laporan arus kas, dan laporan laba rugi.

Penelitian yang dilakukan Hanim [3] menghasilkan penelitian model pengembangan UMKM berbasis digital di masa pandemi Covid-19. Pengembangan ini juga meliputi pemanfaatan, marketplace, media sosial, dan berbagai aplikasi pendukung lainnya.

Penerapan Digitalisasi UMKM pada penelitian ini tidak terbatas hanya pada Pembuatan E-Commerce, tetapi juga meliputi pembuatan portal informasi, Sistem Pembayaran Digital QRIS, dan *Teknik Search Enging Optimation (SEO)* sebagai upaya strategi pemasaran di era digital pada produk ATBM Desa Cepagan

METODE PENELITIAN

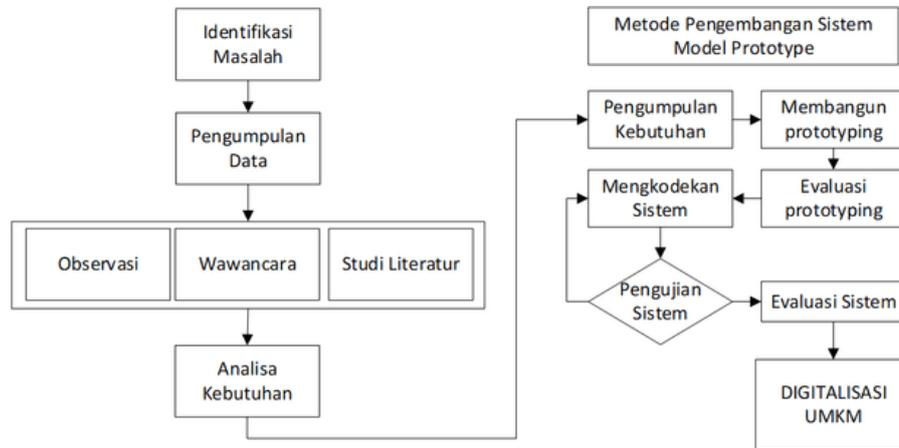
Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian *Research and Development (R&D)*. Metode R&D adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut, untuk menghasilkan produk tertentu digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan dan menguji keefektifan produk tersebut, supaya dapat berfungsi di masyarakat luas [9]. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Desa Cepagan Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang sebagai Pengolah Sandang

Tenun jenis ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin). Fokus dalam penelitian ini adalah Digitalisasi UMKM sebagai strategi pemasaran.

Pada penelitian ini dimulai dari identifikasi masalah adanya pandemi covid 19 yang mengakibatkan industri kreatif Tenun ATBM di Desa Cepagan mengalami penurunan omset penjualan dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diberlakukan oleh pemerintah untuk mencegah penyebaran virus Corona berdampak pada perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja, kemudian tahap selanjutnya adalah pengumpulan data melalui observasi langsung ke UMKM dan wawancara kepada pemilik 5 orang pemilik UMKM di Desa Cepagan yaitu Ardafira Tenun ATBM, Sheila Natural, ATBM Kastolani, Tenun ATBM Ali Makmur, dan Dhimas Craft Tenun ATBM. Peneliti ini didukung studi literatur yang terkait digitalisasi UMKM, dari hasil pengumpulan data maka dilakukan analisa kebutuhan dan solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada di UMKM.

Tahap selanjutnya adalah Alur metode pengembangan sistem dimulai dari pengumpulan kebutuhan, membangun prototyping, evaluasi prototyping, mengkodekan sistem, selanjutnya pengujian sistem. Jika masih ada kesalahan maka diperbaiki kembali. Selanjutnya evaluasi sistem dan Digitalisasi UMKM bisa diimplementasikan. Tahapan dan alur penelitian seperti pada Gambar 1.

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
 Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
 Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>



Gambar 1. Kerangka dan Alur Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Kebutuhan UMKM

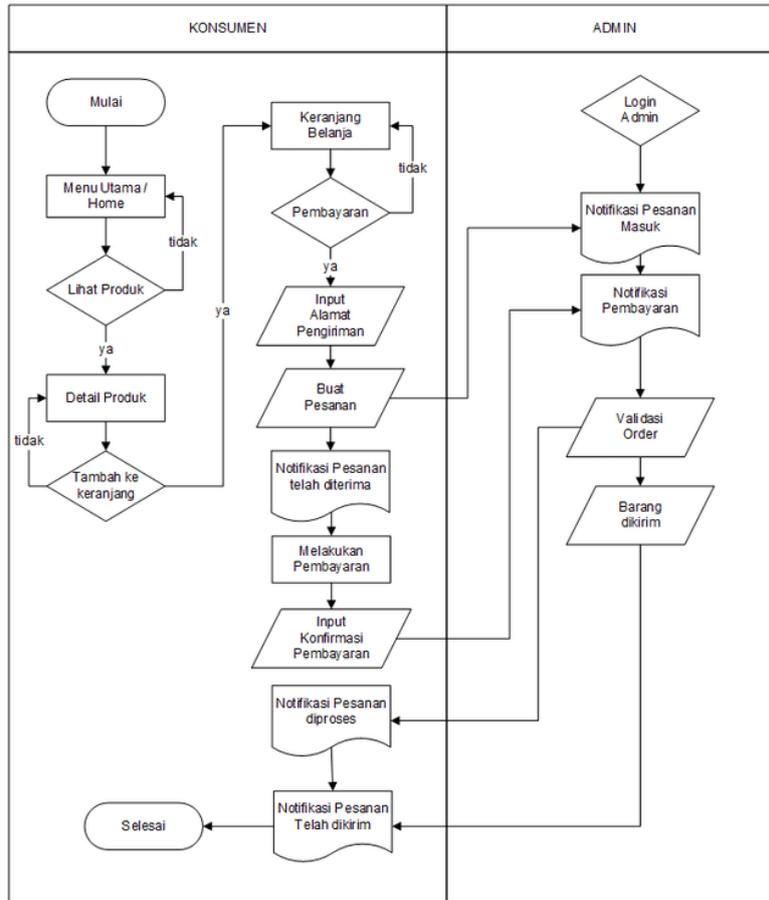
Dari hasil survey pendahuluan, yang terkait dengan kesulitan dalam pemasaran produk ATBM yang dikarenakan adanya Pandemi Covid 19 ini, dan Citra eksistensi Desa

Cepagan yang dikenal sebagai “Kampung Tenun” bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas maka solusi digital UMKM yang peneliti usulkan seperti pada Tabel 1

Tabel 1. Analisa Kebutuhan UMKM

No.	Digitalisasi UMKM	Hasil yang diharapkan
1	Pembuatan E-Commerce ATBM Desa Cepagan	Toko Online Produk ATBM Desa Cepagan sebagai media pemasaran online, akan membantu UMKM dalam mengatasi pemasaran produk ATBM yang terkendala adanya Pandemi Covid 19. Dengan E-Commerce ini, pengunjung akan melihat berbagai katalog produk beserta deskripsi produk, pengunjung bisa memilih barang dengan cara klik tambah keranjang belanja, kemudian tagihan belanja dan ongkos kirim akan ditentukan oleh sistem berdasarkan lokasi. Pembayaran bs dilakukan melalui transfer bank
2	Pembuatan website Kampung ATBM Desa Cepagan	Desa Cepagan sebagai pengolah Sandang ATBM semakin dikenal di masyarakat luas, karena adanya portal media online yang berisi tentang artikel terkait ATBM dan artikel kegiatan-kegiatan ATBM di Desa Cepagan
3	Pembayaran Digital melalui QRIS	Dengan menggunakan QRIS, konsumen dapat melakukan pembayaran dari berbagai macam alat transaksi elektronik berbasis server, dompet digital, atau mobile banking sebagai terobosan transaksi non tunai berbasis digital dari Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)
4.	Search Engine Optimation (SEO)	Dengan menggunakan Teknik SEO yang tepat maka E-Commerce dan Portal Informasi Desa Cepagan akan mudah ditemukan pada mesin pencari

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>



Gambar 3. Flowchart e-Commerce

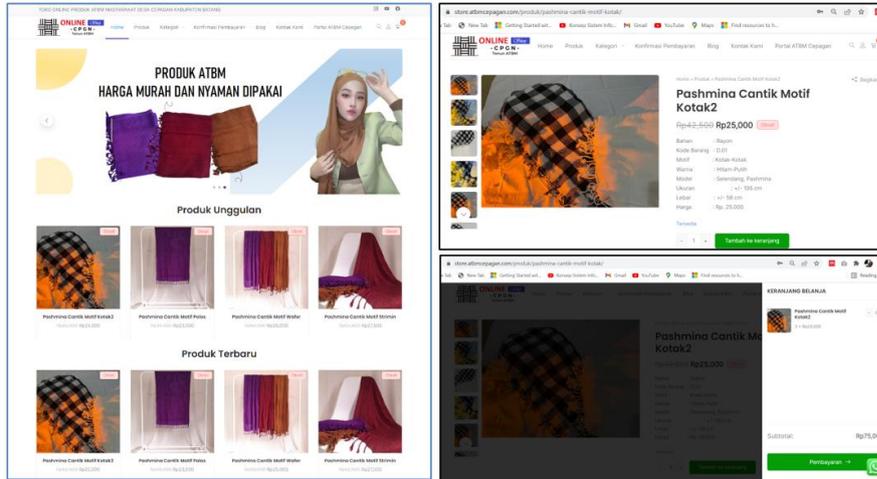
Pengujian dan Implementasi Sistem

Berdasarkan analisa kebutuhan dan desain prototyping sistem yang telah dilakukan, maka dihasilkan sistem Digitalisasi untuk pengembangan UMKM Produk ATBM Desa Cepagan. Adapun Digitaliasi UMKM yang dimaksud meliputi :

1. Digitalisasi UMKM melalui Pembuatan E-Commerce

Tampilan menu utama katalog produk, detail produk, keranjang belanja seperti pada Gambar 4 di bawah ini

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
 Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
 Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>



Gambar 4. Digitalisasi UMKM melalui Pembuatan E-Commerce

1. Pengujian Sistem E-Commerce (Toko Online) Produk ATBM

Setelah aplikasi E-Commerce ini dirancang, dan sebelum dipublikasikan dan untuk

memastikan sistem dapat berfungsi dengan baik, maka dilakukan pengujian. Pengujian Sistem seperti pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2. Pengujian Sistem E-Commerce

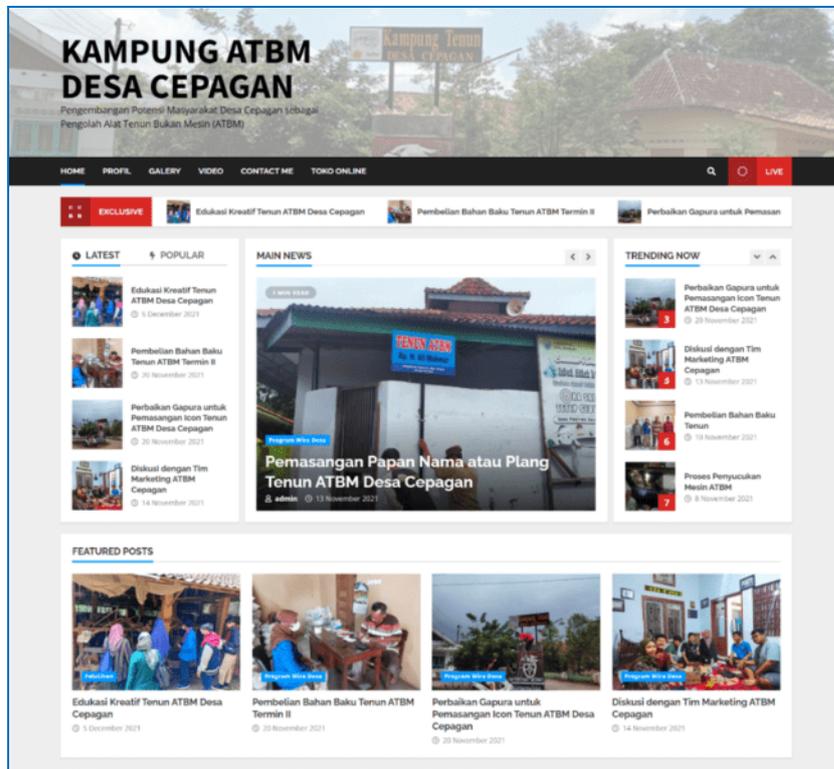
No	Nama Menu	Hasil Pengujian
1.	Menu Home	
a.	Slider Toko	Sistem bisa berfungsi dengan baik, Sistem menampilkan tiga slider dari identitas toko. Slider ini bisa ditambahkan sesuai dengan yang diinginkan
b.	Detail Produk	Sistem bisa berfungsi dengan baik, saat salah satu katalog produk itu diklik maka muncul tampilan detail produk yang memuat beberapa foto produk, nama produk, harga produk, stok barang, deskripsi produk, serta button Tambah ke Keranjang
c.	Keranjang Belanja	Sistem dapat berfungsi dengan baik, sistem dapat menampilkan data keranjang belanja setelah user menekan button Tambah ke Keranjang
d.	Detail Tagihan	Sistem bisa berfungsi dengan baik, Sistem dapat menampilkan data alamat pemesanan, data pesanan yang meliputi harga produk dan hitung ongkir otomatis setelah user menekan button pembayaran pada menu Keranjang Belanja
e.	Invoice Pembayaran	Sistem bisa berfungsi dengan baik, saat konsumen melakukan klik button buat pesanan , maka invoice yang berisi tentang informasi pesanan dan cara pembayaran akan ditampilkan. Invoice pembayaran juga akan dikirimkan sistem ke email pembeli dan email toko

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

No	Nama Menu	Hasil Pengujian
f.	Footer	Sistem bisa berfungsi dengan baik. Informasi-informasi seperti informasi tentang Toko, Informasi alamat social media seperti Instagram, Youtube, Facebok, Link-link penting
2	Menu Produk	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan informasi produk yang bisa disortir berdasarkan pengurutan standar, trend, rata-rata rating, terbaru, harga termurah, harga termahal, menampilkan pilihan rentang harga, dan produk berdasarkan kategori sehingga akan membantu mempermudah pembeli melakukan pencari barang
3	Menu Kategori	Sistem bisa berfungsi dengan baik, pembeli bisa memilih kateogri produk yang diminati
4	Menu Konfirmasi Pembayaran	Sistem bisa berfungsi dengan baik, setelah pembeli melakukan pembayaran, selanjutnya melakukan konfirmasi melalui menu konfirmasi pembayaran dengan cara pembeli melakukan input nama, email, nomor order, jumlah transfer, rekening bank, dan upload bukti transfer. Sistem dapat mengirim konfirmasi pembayaran ke email toko. Pembeli juga mendapatkan email terkait konfirmasi pembayaran
5	Menu Blog	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan tentang artikel/berita tentang produk, branding toko, tips dan trik, dan lain-lain
6	Menu Kontak kami	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan tentang informasi pemilik usaha yang meliputi alamat kantor, peta map (google maps) agar memudahkan pembeli jika akan mengunjungi toko offline dan informasi tentang pembayaran digital (QRIS)
7	Menu Portal Cepagan ATBM	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem akan menampilkan halaman portal informasi kampung ATBM Desa Cepagan
8	Halaman Admin	
a.	Order	Sistem bisa berfungsi dengan baik. Sistem bisa dirubah status nya on hold, procesing, complete. Sistem mengirimkan pesan ke pembeli melalui email yang memberikan informasi barang telah diproses penjual jika penjual merubah status <i>on hold</i> menjadi <i>procesing</i> Sistem mengirimkan pesan ke pembeli melalui email yang memberikan informasi barang telah dikirim ke alamat pembeli merubah status <i>procesing</i> menjadi <i>complete</i>
b.	Customer	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan data customer yang telah melakukan pembelian produk
c.	Report	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan laporan penjualan selama periode tertentu
d.	Analytic Overview	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan analisa kinerja toko yang meliputi reveneu (total penjualan), order, dan produk terjual. Analisa bisa dilakukan secara harian, mingguan, bulanan, tahunan
e.	Analytic Revenue	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan analisa tentang total penjualan
f.	Analytic Product	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan analisa tentang produk yang terjual
g.	Analytic Order	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan analisa tentang order

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

2. Digitalisasi UMKM melalui Pembuatan Portal Informasi Kampung ATBM Desa Cepagan
Tampilan menu utama Portal Informasi Kampung ATBM Desa Cepagan seperti pada Gambar 5 di bawah ini



Gambar 5. Digitalisasi UMKM melalui Portal Informasi

Pengujian Portal Informasi Kampung ATBM Cepagan

Setelah aplikasi Portal Informasi dirancang, dan sebelum dipublikasikan dan untuk

memastikan sistem dapat berfungsi dengan baik, maka dilakukan pengujian. Pengujian Sistem seperti pada tabel 3 berikut :

Tabel 3. Pengujian Sistem Portal Informasi

No	Menu	Keterangan
1	Home	Sistem berjalan dengan baik, halaman ini menyajikan artikel, berita-berita tentang produk ATBM Desa Cepagan
2	Profil	Sistem berjalan dengan baik, halaman ini menyajikan tentang gambaran profil tentang Kampung ATBM Desa Cepagan
3	Galery	Sistem berjalan dengan baik, halaman ini menyajikan galery foto-foto kegiatan Kampung Tenun Desa Cepagan
4	Video	Sistem berjalan dengan baik, halaman ini menyajikan video tentang Kampung Tenun Desa Cepagan
5	Contact me	Sistem berjalan dengan baik , halaman ini menyajikan tentang informasi kontak admin pengelola website Kampung Tenun Desa Cepagan

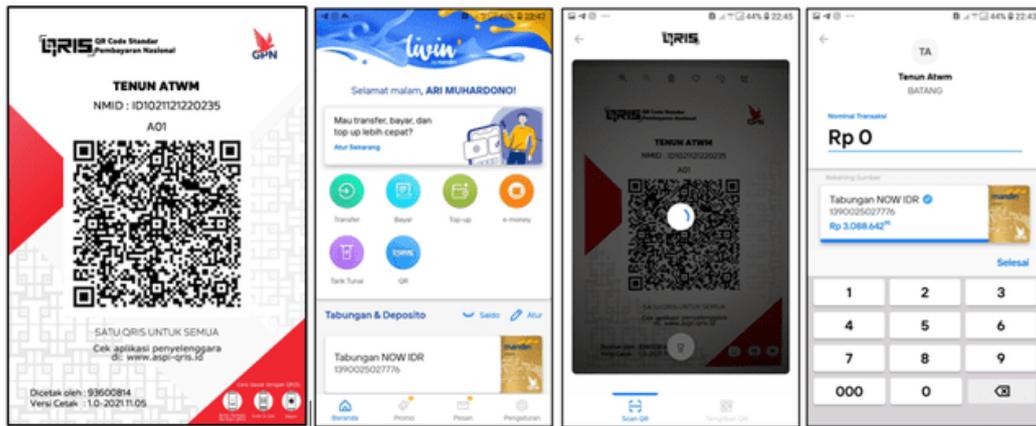
ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
 Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
 Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

No	Menu	Keterangan
6	Toko Online	Sistem berjalan dengan baik, halaman ini akan terhubung dengan Toko Online Produk ATMB Desa Cepagan

3. Digitalisasi UMKM melalui Pembuatan Pembayaran Digital QRIS

QR Code Indonesian Standard (QRIS) yang diluncurkan Bank Indonesia memungkinkan semua orang yang punya alat pembayaran baik melalui dompet digital sampai mobile banking bisa melakukan transaksi. Tim

Peneliti telah melakukan pendaftaran QRIS sebagai salah satu media pembayaran non tunai pada Tenun ATBM Desa Cepagan seperti pada dan telah dilakukan pengujian dengan menggunakan aplikasi M-Banking Livin Mandiri, dan Aplikasi QRIS bisa terbaca dengan baik seperti pada Gambar 6.

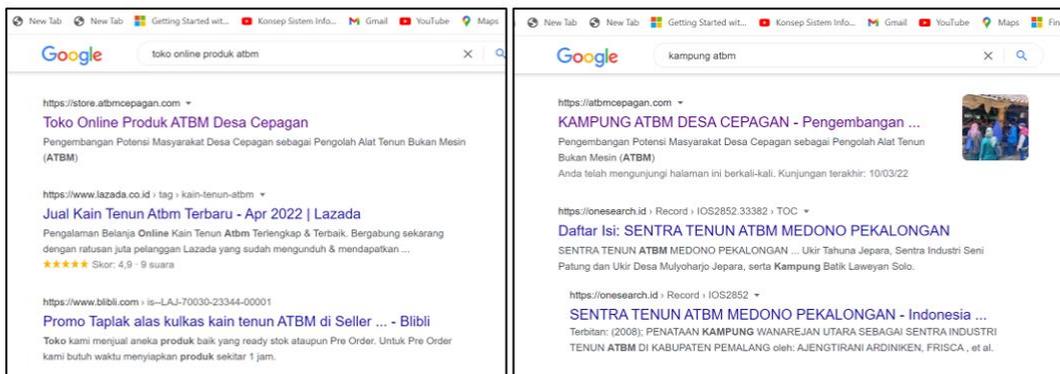


Gambar 6. QRIS Tenun ATBM

4. Digitalisasi UMKM melalui Search Engine Optimation (SEO)

Hasil penerapan SEO dengan keyword “toko online produk atbm” pada E-commerce, dan

keyword “Kampung ATBM”, pada website portal informasi ditampilkan di halaman pertama pada pencarian search engine, seperti pada Gambar 7



Gambar 2. Hasil SEO keyword “toko online produk ATBM”

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya : 1) Pembuatan E-Commerce Toko Online ATBM Desa Cepagan merupakan salah satu solusi strategi pemasaran yang tepat di masa pandemi, dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan omset penjualan produk, 2) Dengan fitur analitic overview pada E-Commerce akan mempermudah untuk menganalisis kinerja toko yang meliputi analisa revenue (total penjualan), analisa order, dan analisa produk terjual. Analisa bisa dilakukan secara harian, mingguan, bulanan, tahunan sehingga pengambilan keputusan akan lebih baik, 3) Pembuatan Website portal informasi Kampung Tenun ATBM Desa Cepagan digunakan sebagai media informasi tentang kegiatan Kampung Tenun ATBM Desa Cepagan dengan tujuan menghidupkan kembali Citra dan eksistensi Desa Cepagan yang dikenal sebagai “Kampung Tenun” Desa Cepagan agar dikenal masyarakat luas. dan terbukti efektif dapat meningkatkan traffict kunjungan website sehingga potensi pembelian semakin tinggi, 4) Penggunaan teknik Search Engine Optimation (SEO) dapat membantu E-Commerce dan Website Portal Informasi mudah ditemukan pada halaman pertama pencarian pada Search Engine, dan 5) penggunaan aplikasi QRIS memberikan pilihan kepada konsumen transaksi keuangan digital yang lebih mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik (2020) *Laporan perkembangan UMKM di Indonesia, Jakarta.*
- [2] Gregory, G. D., Ngo, L. V. and Karavdic, M. (2019) ‘Developing e-commerce marketing capabilities and efficiencies for enhanced performance in business-to-business export ventures’, *Industrial Marketing Management*, 78(March), pp. 146–157. doi: 10.1016/j.indmarman.2017.03.002.
- [3] Hanim, L., Soponyono, E. and Maryanto, M. (2022) ‘Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19’, *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), pp. 30–39. doi: 10.24967/psn.v2i1.1452.
- [4] Muhardono, A. (2018) ‘Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce untuk Peningkatan Penjualan dan Daya Saing Usaha dada UMKM (Studi Kasus di HF Batik Putra Wiradesa)’, 5(1), pp. 17–23. Available at: http://ejournal.politeknikmuhpkl.ac.id/index.php/surya_informatika.
- [5] Nasution, E. Y. and Indria, T. (2021) ‘Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi’, *Arsip Publikasi Ilmiah Biro Administrasi*, 2(1), pp. 797–805. Available at: <http://research-report.umm.ac.id/index.php/API-BAA/article/view/4022>.
- [6] Putra, W. A. (2019) ‘Penerapan E-Commerce Untuk Memperluas Jangkauan Pasar Pada Toko Batik Marissa Dengan Menggunakan Metode Business Model Canvas’, pp. 286–292.
- [7] Sintiasari, E. M., Setiawati, D. and Sanjaya, W. (2021) ‘Pemanfaatan E-Commerce untuk Optimalisasi Penjualan dan Pemasaran Produk Shopsock Berbasis Web’, *JITU : Journal Informatic Technology And Communication*, 5(1), pp. 48–56. doi: 10.36596/jitu.v5i1.392.
- [8] Sonief, A. A., Nuraini, Y. and Setyabudi, S. A. (2019) ‘Digitalisasi Industri Kecil dan Produk Pertanian Daerah Upaya untuk Pemberdayaan Masyarakat di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi’, *Journal of Inovation and Applied Technology*, pp. 842–847.

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Available at: <http://jiat.ub.ac.id>.

- [9] Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- [10] Susilo, M. (2018) ‘Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall’, *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan)*, 2(2), pp. 98–105. doi: 10.30743/infotekjar.v2i2.171.
- [11] We Are Social (2021) *Digital 2021 Indonesia :all the data, trends, and insights you need to help you understand how people use the internet, mobile, social media, and ecommerce*. Hootsuite, Hootsuite. Available at: <https://wearesocial.com/digital-2021>.
- [12] Wijoyo, H. *et al.* (2020) *Digitalisasi UMKM*. Sumatera Barat: Penerbit Insan Cendekia Mandiri.