

Digitalisasi UMKM Minyak Tawaang Oma Mia Melalui Pembuatan Website Promosi Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Herbal Lokal

Betsy Rooroh, Marike Kondojo*, Franky Manoppo, Hosea Kaunang,
Billy Waworuntu

Email : marikekondojo@polimdo.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung digitalisasi UMKM Minyak Tawaang Oma Mia melalui pembuatan website promosi sebagai media pemasaran produk herbal lokal. Permasalahan utama mitra adalah pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pasar terbatas. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi analisis kebutuhan mitra, perancangan dan pengembangan website, pelatihan pengelolaan website, serta evaluasi dan pendampingan keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website promosi berhasil dibuat dan digunakan sebagai media informasi produk, katalog produk, galeri foto, dan sarana komunikasi dengan konsumen. Pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM dalam mengelola konten website. Implementasi website juga meningkatkan visibilitas produk herbal lokal sehingga berpotensi memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk. Kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi berbasis website dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal di era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM, Website Promosi, Produk Herbal, Pemasaran Digital

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era globalisasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola pemasaran dan perilaku konsumen pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kemajuan internet, penggunaan perangkat *mobile/smartphone*, serta meningkatnya akses masyarakat terhadap media digital menyebabkan konsumen saat ini lebih cenderung mencari informasi produk, membandingkan harga, membaca ulasan, hingga melakukan transaksi pembelian secara daring melalui berbagai platform digital seperti website, marketplace, dan media sosial. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tidak tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Digitalisasi usaha menjadi langkah penting bagi UMKM

untuk meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pemasaran, membangun citra usaha yang lebih profesional, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen secara lebih cepat dan efisien. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas, baik pada tingkat regional maupun nasional. Digitalisasi melalui pemanfaatan website promosi menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk, memperkuat citra usaha, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal[1]. Selain itu, penerapan digital marketing dan e-commerce terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM di Indonesia, khususnya dalam aspek pemasaran dan penjualan produk[2].

UMKM Minyak Tawaang Oma Mia merupakan salah satu usaha lokal di Desa Tawaang yang bergerak pada produksi minyak herbal tradisional. Selama ini pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional melalui promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lingkungan sekitar. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, produk herbal lokal memiliki potensi untuk dikenal secara regional maupun nasional apabila didukung dengan media promosi digital yang memadai.

Pemanfaatan website sebagai media promosi dapat membantu UMKM dalam menampilkan informasi produk secara lebih lengkap dan profesional. Website juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan konsumen serta mendukung peningkatan branding usaha [3]. Selain itu, penggunaan teknologi digital pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperkuat ketahanan usaha di era ekonomi digital [4]. Dengan adanya website promosi, UMKM Minyak Tawaang Oma Mia diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk herbal lokal serta memperluas akses pasar secara berkelanjutan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu digitalisasi UMKM Minyak Tawaang Oma Mia melalui pembuatan website promosi dan pelatihan pengelolaan website sebagai media pemasaran produk herbal lokal.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu analisis kebutuhan, pengembangan website promosi, pelatihan pengelolaan website, serta evaluasi kegiatan. Tahapan pertama dilakukan melalui observasi dan Focus Group Discussion (FGD) bersama mitra untuk

mengidentifikasi kebutuhan, karakteristik produk, dan kendala pemasaran yang dihadapi UMKM Minyak Tawaang Oma Mia.

Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang menjadi dasar dalam perancangan website promosi.

Tahapan kedua adalah pengembangan website promosi yang meliputi perancangan tampilan, penyusunan struktur menu, pembuatan katalog produk, serta integrasi fitur kontak dan pemesanan. Website dirancang agar mudah digunakan dan mampu menampilkan informasi produk herbal secara menarik dan informatif. Penerapan website sebagai media promosi digital dinilai efektif dalam meningkatkan branding dan visibilitas UMKM [3].

Tahapan ketiga berupa pelatihan dan pendampingan kepada mitra terkait pengelolaan website. Pelatihan dilakukan secara langsung menggunakan laptop dan smartphone sehingga mitra dapat memahami cara memperbarui informasi produk, mengunggah foto, dan mengelola interaksi dengan konsumen. Pendekatan praktik langsung dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan digital dasar pelaku UMKM [5].

Tahapan terakhir adalah evaluasi pelaksanaan kegiatan untuk mengetahui efektivitas website dalam mendukung pemasaran produk herbal lokal. Evaluasi dilakukan melalui wawancara dan pengamatan terhadap kemampuan mitra dalam mengoperasikan website serta respon awal konsumen terhadap media promosi digital yang telah dikembangkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website promosi untuk UMKM Minyak Tawaang Oma Mia berhasil dikembangkan dan digunakan sebagai media pemasaran digital. Website memiliki fitur profil UMKM, katalog produk, galeri foto, dan kontak

pemesanan sehingga memudahkan konsumen memperoleh informasi produk secara lengkap.

Pelatihan pengelolaan website yang diberikan kepada mitra berjalan dengan baik. Mitra mampu memahami cara memperbarui informasi produk dan mengelola interaksi dengan calon konsumen melalui website. Pendekatan praktik langsung menggunakan perangkat laptop dan smartphone terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital dasar pelaku UMKM.

Implementasi website promosi memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas produk herbal lokal. Website juga membantu membangun citra profesional usaha sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa digitalisasi melalui website mampu meningkatkan daya saing UMKM dan memperluas jangkauan pasar.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan, seperti akses internet yang belum stabil dan keterbatasan kualitas foto produk yang dimiliki mitra. Namun, secara keseluruhan kegiatan pengabdian telah berhasil memberikan manfaat positif bagi pengembangan pemasaran digital UMKM lewat kegiatan pelatihan promosi usaha/produk mitra.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan pelatihan

Luaran yang telah dihasilkan berupa publikasi media online

1. Publikasi pada media online . (<https://sulutbicara.com/2025/08/14/program-digitalisasi-umkm-polimdo-bantu-pembuatan-website-minyak-tawaang/>).



Gambar 2. Tangkapan layar publikasi online.

2. Video Youtube pada laman P3M. (<https://youtu.be/Pv9zBvJZq5c>).

3. Website promosi mitra yang telah publish : <https://minyaktawaang.com/>

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa digitalisasi UMKM Minyak Tawaang Oma Mia melalui pembuatan website promosi telah berhasil dilaksanakan. Website yang dikembangkan mampu menjadi media promosi digital yang efektif dalam meningkatkan visibilitas produk herbal lokal dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pelatihan pengelolaan website memberikan peningkatan keterampilan digital bagi pelaku UMKM. Ke depan, pengembangan website dapat diintegrasikan dengan media sosial dan WhatsApp Business agar interaksi

dengan konsumen menjadi lebih optimal.

5. DAFTAR PUSTAKA

1. Amri, K., & Arsyad, S. (2024). The Effect of Digital Marketing and E-Commerce on the Performance of MSMEs in Indonesia. ResearchGate.
2. Aisyah, S., Nurhayati, N., & Rahmawati, T. (2021). Digitalisasi UMKM melalui Pembuatan Website untuk Peningkatan Pemasaran. Jurnal Pengabdian Masyarakat.
3. Huda, N., Fathurrahman, A., & Maulana, H. (2020). Peningkatan Branding UMKM melalui Website Promosi. Jurnal Abdimas.
4. DAI. (2021). MSMEs and Digital Tool Use Amidst the COVID-19 Pandemic: Indonesia Country Brief.
5. GIZ. (2024). The Development of Digital Skill Path for MSMEs.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada mitra kegiatan UMKM Oma Mia yang sudah bekerja sama dalam kegiatan pengabdian, juga terima kasih kepada Politeknik Negeri Manado yang sudah memberi dukungan dana sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik.