

## **Sosialisasi Dan Pelatihan Pengelolaan Website Front-End dan Back-End Untuk Lembaga Bisnis Dan Sosial**

**Ahmad Sahal<sup>1\*</sup>, Sugeng Winardi<sup>2</sup>, Mohammad Diqi<sup>3</sup>, Beni Rahmat<sup>4</sup>**

<sup>1\*,4</sup>Prodi D3 Teknologi Informasi, Universitas Respati Yogyakarta, ihza\_asm@respati.ac.id

<sup>2,3</sup>Prodi S1 Sistem Informasi, Universitas Respati Yogyakarta, ihza\_asm@respati.ac.id

**\*penulis korespondensi**

### **ABSTRAK**

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, sebagai tulang punggung ekonomi dengan jumlah terbesar, mengalami sejumlah tantangan signifikan, terutama dalam konteks pandemi COVID-19. Artikel ini mengeksplorasi berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM, seperti modal terbatas, kendala perizinan, kesadaran pajak yang rendah, kurangnya inovasi, dan keterbatasan teknologi. Dalam merespons tantangan ini, adaptasi digital dan inovasi diidentifikasi sebagai kunci keberhasilan. Fokus artikel ini adalah pada UMKM di Kelurahan Tahunan, Yogyakarta, yang merupakan representasi dari berbagai masalah yang dihadapi UMKM di tingkat lokal. Penulis merinci dampak pandemi COVID-19 pada UMKM dan menjelaskan upaya pemulihan melalui strategi pivot bisnis dan inovasi. Lebih lanjut, artikel ini membahas perencanaan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai solusi, dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan teknologi informasi di kalangan pelaku UMKM. Pengabdian masyarakat ini melibatkan sosialisasi dan pelatihan untuk memperkuat daya saing UMKM di era pasca pandemi. Dengan memanfaatkan aplikasi berbasis web dan media teknologi informasi, diharapkan UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kinerjanya. Tinjauan pustaka mendukung kegiatan pengabdian dengan menyoroti pengaruh orientasi kewirausahaan, teknologi informasi, dan inovasi terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya memberikan wawasan mendalam terhadap tantangan UMKM dan dampak pandemi, tetapi juga merinci langkah-langkah konkrit dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi di era digital saat ini.*

**Kata kunci :** *UMKM ,Adaptasi Digital, Inovasi,Teknologi Informasi, Website;*

### **ABSTRACT**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, as the backbone of the economy with the largest number, face significant challenges, especially in the context of the COVID-19 pandemic. This article explores various issues encountered by MSMEs, such as limited capital, licensing constraints, low tax awareness, lack of innovation, and technological limitations. In responding to these challenges, digital adaptation and innovation are identified as key to success. The focus of this article is on MSMEs in Tahunan Village, Yogyakarta, which serves as a representation of the various problems faced by MSMEs at the local level. The author details the impact of the COVID-19 pandemic on MSMEs and explains recovery efforts through business pivot strategies and innovation. Furthermore, this article discusses community service activities as a solution, aiming to enhance the understanding and utilization of information technology among MSME practitioners. This community service involves socialization and training to strengthen the competitiveness of MSMEs in the post-pandemic era. By leveraging web-based applications and information technology media, it is expected that MSMEs can expand their market reach and improve their performance. The literature review supports community service activities by highlighting the influence of entrepreneurial orientation, information technology, and innovation on MSME performance. Thus, this article not only provides profound insights into MSME challenges and the impact of the pandemic but also details concrete steps to enhance MSME competitiveness through the utilization of information technology in the current digital era.*

**Keywords:** *MSMEs, Digital Adaptation, Innovation, Information Technology, Website.*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan sentral dalam struktur ekonomi Indonesia dengan jumlah entitas bisnis yang terbesar dan menunjukkan ketangguhan relatif terhadap fluktuasi ekonomi (1). Untuk menjaga dan meningkatkan kontribusinya, penguatan sektor UMKM menjadi suatu keharusan, dengan pedoman klasifikasi hukum yang diuraikan dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 (2). Meskipun menyediakan berbagai keunggulan, UMKM menghadapi lima tantangan utama, termasuk modal terbatas, kendala perizinan, kesadaran pajak yang rendah, kurangnya inovasi, dan keterbatasan Teknologi (3).

Meskipun beroperasi dalam skala yang lebih kecil dibandingkan perusahaan besar, banyak praktisi bisnis merasa nyaman pada tingkat tersebut karena kemampuannya untuk beradaptasi dengan inovasi dan teknologi. Adopsi teknologi terkini dapat lebih mudah direalisasikan dalam upaya meningkatkan pertumbuhan bisnis UMKM, mengingat minimnya birokrasi dan kompleksitas sistem pengambilan keputusan (4).

Masa pasca pandemi COVID-19 secara signifikan mempengaruhi berbagai sektor, terutama yang dirasakan oleh praktisi UMKM akibat penurunan daya beli masyarakat dan menimbulkan ancaman serius terhadap ekonomi nasional. Dukungan dan bantuan kepada UMKM selama pandemi telah menarik perhatian besar dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta, yang terus berupaya membantu UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut (5). Pasca pandemi menuntut adanya kreativitas, terutama bagi UMKM, untuk berbisnis dengan metode baru yang tidak lagi bersifat konvensional. Penyesuaian strategi bisnis, seperti melakukan pivot bisnis dengan mempertimbangkan kondisi pasar yang dinamis, penggunaan platform penjualan online, dan inovasi dalam pengolahan dan pengemasan produk, menjadi strategi yang diterapkan untuk mengatasi masalah yang dihadapi UMKM pasca pandemik (6).

Bagi praktisi bisnis yang bersifat tatap muka, pandemi ini menjadi penghambat signifikan terhadap kelangsungan bisnis. Perubahan prioritas konsumen terhadap jenis produk tertentu, perubahan perilaku konsumen, dan penyesuaian strategi bisnis menjadi tantangan kritis yang dihadapi oleh praktisi bisnis di masa pasca pandemik(7). Anjuran untuk menjaga jarak fisik memicu peningkatan pelanggan online, menciptakan kebutuhan bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan keuntungan berbelanja secara online, yang dianggap praktis dan efisien tanpa perlu meninggalkan rumah (8).

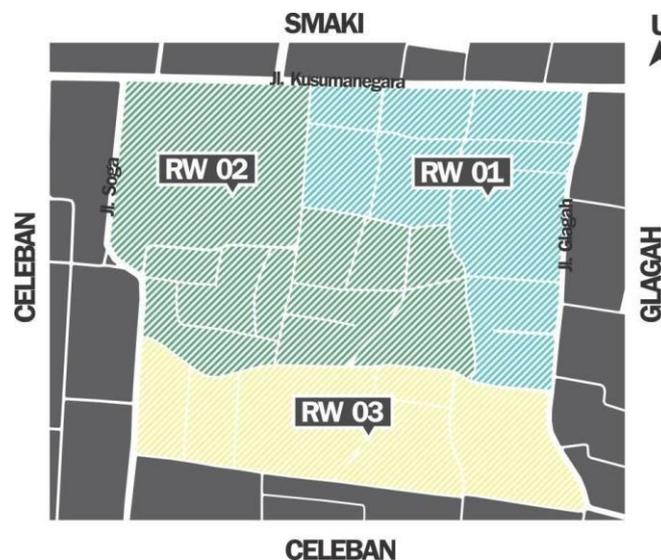
Dampak pasca pandemi COVID-19 tidak hanya terbatas pada kehidupan sehari-hari dan ekonomi masyarakat, tetapi juga menciptakan perubahan perilaku, kegiatan usaha, dan peluang bisnis. Oleh karena itu, sektor usaha, termasuk UMKM, dihadapkan pada tuntutan untuk berinovasi agar dapat bertahan dan bersaing di era adaptasi kebiasaan baru dan transformasi digital (9). Meskipun kondisinya sulit, transformasi digital menjadi keniscayaan yang tidak dapat dihindari, khususnya di kalangan UMKM. Dengan meratakan elektrifikasi dan akses internet, digitalisasi menjadi penyelamat bagi UMKM, memungkinkan mereka untuk memasarkan produk secara online. Pandemi ini, meskipun penuh tantangan, membawa

dampak positif dengan mendorong perubahan dalam paradigma bisnis tradisional, terutama untuk UMKM (10).

## 2. PERMASALAHAN MITRA

Kelurahan Tahunan terbagi menjadi 12 RW dan 50 RT, yang terorganisir dalam 3 kampung, yaitu Kampung Tahunan, Kampung Wirogunan, dan Kampung Celeban. Kampung Tahunan memiliki 3 RW (1, 2, dan 3), Kampung Celeban memiliki 6 RW (4, 5, 6, 7, 8, dan 12), sementara Kampung Wirogunan terdiri dari 3 RW (9, 10, dan 11).

Utara : Kelurahan Semaki  
Timur : Kampung Glagah  
Selatan : Kampung Celeban  
Barat : Kampung Celeban



Gambar 1. Denah Kelurahan Tahunan

Tabel 1 menunjukkan dominasi usaha Batik Jumputan di kelurahan Tahunan oleh UMKM. Penghasilan bulanan bervariasi dari Rp. 200.000 hingga Rp. 10.000.000. Untuk mempermudah klasifikasi, penghasilan UMKM dibagi menjadi skala usaha besar (di atas Rp. 5.000.000), sedang (di antara Rp. 2.000.000 dan Rp. 5.000.000), dan kecil (di antara Rp. 200.000 dan Rp. 2.000.000).

Tabel 1. Kelompok dan Skala Usaha UMKM di Kelurahan Tahunan

No	Kelompok Usaha	Skala Usaha			Jumlah
		Besar	Sedang	Kecil	Total
1	Batik Jumputan	0	3	2	5
2	Kuliner	0	3	2	5
3	Pakaian	0	1	5	6
4	Sembako/Kelontong	0	3	2	5
5	Transportasi	0	3	0	3
<b>Jumlah Total</b>		<b>0</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>25</b>

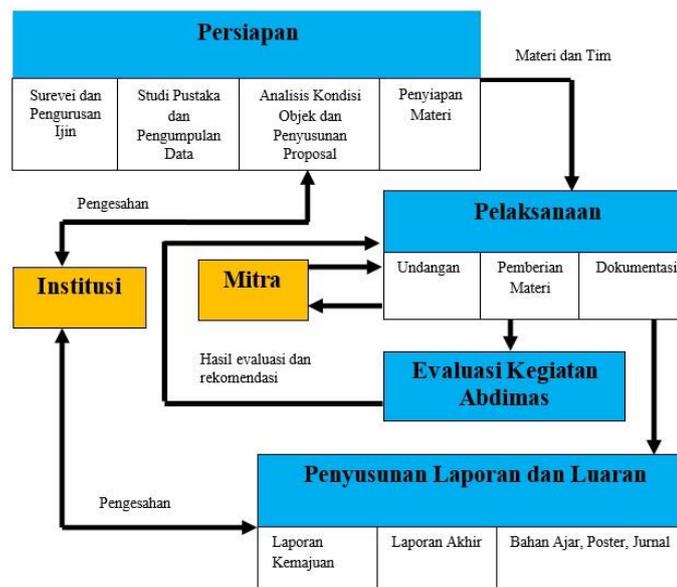
Berdasarkan studi pendahuluan dan analisis situasi lapangan, terdapat sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Fokus kegiatan abdimas ini adalah ketiadaan laporan keuangan pada sebagian besar UMKM Batik Jumputan, rendahnya penguasaan teknologi informasi oleh UMKM, dan tantangan dalam strategi pemasaran.

### 3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilakukan secara rutin setiap minggu. Peserta dipilih ke dalam kelompok-kelompok demi memudahkan koordinasi dan transfer ilmu pengetahuan.

#### a. Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan

Pengabdian kepada masyarakat terdiri dari empat tahap/alur. Tahap pertama melibatkan persiapan yang menghasilkan materi dan proposal. Tahap kedua adalah pelaksanaan yang menghasilkan dokumentasi. Tahap ketiga merupakan evaluasi yang menghasilkan rekomendasi, sementara tahap keempat terfokus pada penyusunan laporan dan hasil-hasil, seperti laporan kemajuan, laporan akhir, bahan ajar, poster, dan jurnal. Detail mekanisme ini ditampilkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Mekanisme Pengabdian Kepada Masyarakat UMKM Batik Jumputan

Dalam pelaksanaannya, peserta diundang oleh tim bekerja sama dengan Ketua Kampung Celeban Kelurahan Tahunan sebagai mitra, untuk menghadiri kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Peserta diberikan fasilitas yang sudah disiapkan pada saat kegiatan berlangsung. Pemateri menyampaikan materi yang nantinya akan diaplikasikan oleh peserta hingga pada batas tertentu. Peserta kemudian mencoba menerapkan materi yang telah diberikan. Setelah setiap sesi, dilakukan sesi tanya jawab.

b. Personil Pelaksanaan Kegiatan

Personil kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) untuk Sosialisasi dan Pelatihan Inovasi Teknologi Informasi bagi UMKM di Kampung Celeban Kelurahan Tahunan terdiri atas 4 orang dosen (Ahmad Sahal, S.Kom, M.Cs, Sugeng Winardi, S.Kom, dan melibatkan 1 mahasiswa sebagai pendamping (Beni Rahmat).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan inovasi teknologi informasi bagi UMKM Jumputan dengan masih diberlakukannya PPKM untuk mencegah penyebaran Covid-19. Pelaksanaan kegiatan mengalami penyesuaian tersebut, berdasarkan kebijakan lingkungan tempat kegiatan yang disesuaikan dengan kondisi psikologi dari pelaku UMKM Jumputan. Jumlah peserta dibatasi, tempat pelaksanaan kegiatan mengalami perubahan dan berpindahan berdasarkan kesepakatan dengan peserta yang menjadi sasaran. Jumlah jam kegiatan terpaksa harus dipangkas karena tidak boleh lama-lama berkumpul. Jumlah peserta maksimal 10 sampai 17 orang. Tempat pelaksanaan diatur sedemikian rupa yang bisa memenuhi proses.

Dengan berlatar belakang peserta kegiatan abdimas ini, maka perlu suatu strategi untuk menyederhanakan pemahaman sehingga daya serap bisa lebih optimal. Suasana kegiatan harus selalu dijaga agar tercipta keakraban dan dalam kondisi kondusif. a. Sosialisasi dan pelatihan

Sosialisasi dan pelatihan peserta dilaksanakan pada 2 (dua) pelaksanaan kegiatan agar peserta lebih paham dan mengerti pada saat pelaksanaan pelatihan yang penuh dengan peralatan teknologi informasi. Penyampaian materi pelatihan dilakukan secara perlahan bernuansa orang awam yaitu dengan LCD yang dapat menampilkan sistem informasi berupa perangkat lunak. Proses pelaksanaan kegiatan abdimas saat sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 3 sampai dengan Gambar 6.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan inovasi teknologi informasi untuk UMKM Jumputan sedang berlangsung dengan penyesuaian terhadap kebijakan lingkungan di lokasi kegiatan, dengan pertimbangan kondisi psikologi pelaku UMKM Jumputan. Partisipasi peserta dibatasi antara 10 hingga 17 orang, lokasi kegiatan dapat mengalami perubahan sesuai kesepakatan dengan peserta yang menjadi target, dan durasi kegiatan disesuaikan untuk mematuhi aturan berkumpul yang singkat. Kegiatan ini berlangsung di Balai RK Celeban.

Untuk mempermudah pemahaman peserta abdimas, strategi disusun untuk menjelaskan konsep secara lebih sederhana agar daya serap informasi menjadi lebih optimal. Suasana kegiatan dijaga agar tetap kondusif dan ramah, memastikan terciptanya keakraban di antara peserta.

Sosialisasi dan pelatihan peserta dilakukan dalam dua sesi kegiatan untuk memastikan pemahaman yang lebih baik saat menggunakan peralatan teknologi informasi. Materi

pelatihan disampaikan secara perlahan dengan pendekatan yang lebih mudah dipahami, seperti menggunakan LCD untuk menampilkan sistem informasi berbasis perangkat lunak. Detail pelaksanaan kegiatan abdimas saat sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 3 dan seterusnya.



Gambar 3. Kegiatan Abdimas Saat Sosialisasi dan Pelatihan



Gambar 4. Pemberian Materi Kegiatan Abdimas



Gambar 5. Para Peserta Kegiatan Abdimas



Gambar 6. Suasana keakraban Saat Kegiatan Abdimas

b. Materi Pelatihan

Pelaksanaan program abdimas untuk UMKM terbagi dalam dua tahap utama: sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi bertujuan memberikan pemahaman kepada peserta mengenai kegiatan abdimas, mempersiapkan mereka untuk mengikuti pelatihan. Pelatihan merupakan inti dari program ini yang harus diikuti oleh peserta, di mana mereka langsung mengaplikasikan pedoman yang telah disampaikan oleh tim pengabdian.

1. Tahap 1: Sosialisasi untuk Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan Usaha  
Sosialisasi akan dilakukan melalui penjabaran kegiatan abdimas dan ringkasan materi yang akan disampaikan. Ini akan mencakup strategi UMKM dalam menghadapi era baru atau "new normal". Materi akan disajikan melalui presentasi di depan peserta, diikuti oleh diskusi informal.
2. Tahap 2: Sosialisasi Konsep dan Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Kemajuan Usaha  
Pada tahap ini, akan dijelaskan manfaat teknologi informasi dalam perkembangan bisnis dan UMKM. Aplikasi praktis akan ditunjukkan kepada peserta, dilengkapi dengan contoh konkret, serta kesempatan bagi peserta untuk berdiskusi mengenai penerapan dalam usaha mereka.

3. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknologi Informasi  
Materi akan memperkenalkan aplikasi untuk penyusunan laporan keuangan, dengan demonstrasi bahwa aplikasi yang telah disiapkan dapat secara otomatis menyajikan laporan keuangan berdasarkan transaksi yang telah dilakukan.
4. Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran  
Materi akan membahas penggunaan media sosial, seperti Facebook dan WhatsApp, sebagai alat pemasaran yang efektif. Demo akan memberikan pemahaman umum tentang cara penggunaan media sosial tersebut sehari-hari untuk keperluan bisnis.
5. Pelatihan Pembuatan Video Pemasaran  
Kegiatan ini akan membahas strategi pembuatan konten video pemasaran, termasuk penggunaan Camtasia Studio sebagai alatnya. Materi akan disampaikan melalui demo yang menggambarkan langkah-langkah dalam pembuatan video pemasaran yang efektif.

## 5. KESIMPULAN

Pada dasarnya, UMKM di Kelurahan Tahunan menghadapi tantangan yang kompleks, terutama terkait dengan penguasaan teknologi, laporan keuangan, dan strategi pemasaran. Melalui kegiatan abdimas yang melibatkan sosialisasi dan pelatihan, upaya membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan tersebut telah dilakukan. Meskipun terdapat penyesuaian terhadap kondisi pasca pandemi, upaya untuk meningkatkan pemahaman peserta melalui pendekatan visual dan sesi pelatihan yang terstruktur telah diterapkan. Proses ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi UMKM dalam menghadapi perubahan dan meningkatkan daya saing mereka di era adaptasi kebiasaan baru dan transformasi digital.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami, sebagai pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan dana hibah internal tahun anggaran 2023, ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada PPPM UNRIYO yang telah memberikan fasilitasi yang luar biasa dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Selanjutnya, kami juga ingin menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada Ketua Kampung Celeban Kelurahan Tahunan Yogyakarta atas kesempatan dan dukungan yang telah diberikan.

Tak lupa, kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pelaku usaha UMKM Jumputan di Kampung Celeban Kelurahan Tahunan yang telah berpartisipasi dengan semangat tinggi dalam setiap tahapan kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang kami adakan. Kerjasama dan dedikasi yang mereka tunjukkan telah menjadi pendorong utama kesuksesan dari upaya pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- (1) A. Purmiyati, T. Sarmidi, and R. Pradipta, "Technical Efficiency Analysis of MSMEs Fashion Offline and Online in Surabaya," *J. Ekon. Dan Studi Pembang.*, vol. 14, no. 2, p. 214, Oct. 2022, doi: 10.17977/um002v14i22022p214.

- (2) H. S. Disemadi, "Contextualization of Legal Protection of Intellectual Property in Micro Small and Medium Enterprises in Indonesia," *LAW REFORM*, vol. 18, no. 1, pp. 89–110, Mar. 2022, doi: 10.14710/lr.v18i1.42568.
- (3) R. Ardiana, B. S. Irianto, and K. Srirejeki, "ANALYSIS OF THE READINESS OF MSMEs ACTORS IN THE IMPLEMENTATION OF SAK EMKM IN PURWOKERTO," *Sar Soedirman Account. Rev. J. Account. Bus.*, 2019, doi: 10.20884/1.sar.2019.4.2.2468.
- (4) S. Suminah, S. Suwanto, S. Sugihardjo, S. Anantanyu, and D. Padmaningrum, "Determinants of Micro, Small, and Medium-Scale Enterprise Performers' Income During the Covid-19 Pandemic Era," *Heliyon*, 2022, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e09875.
- (5) W. WAHYUDI, I. M. Fahmid, D. Salman, and S. Suhab, "Impact of the Covid-19 Pandemic on Rice Farming Planning in Indramayu District, West Java," *Iop Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, 2022, doi: 10.1088/1755-1315/1012/1/012074.
- (6) R. Rachmawati, E. T. W. Mei, I. W. Nurani, R. A. Ghiffari, A. A. Rohmah, and M. A. Sejati, "Innovation in Coping With the COVID-19 Pandemic: The Best Practices From Five Smart Cities in Indonesia," *Sustainability*, 2021, doi: 10.3390/su132112072.
- (7) Q. Wang and L. Liu, "Pandemic or Panic? A Firm-Level Study on the Psychological and Industrial Impacts of COVID-19 on the Chinese Stock Market," *Financ. Innov.*, 2022, doi: 10.1186/s40854-022-00335-8.
- (8) A. S. Widnyaswara, S. P. Syahlani, and F. T. Haryadi, "The Role of Community to Encourage Micro, Small, and Medium Enterprises in Marketing Digital Adoption Behavior," 2022, doi: 10.2991/absr.k.220207.062.
- (9) I. G. A. K. Giantari, N. N. K. Yasa, H. B. Suprasto, and P. L. D. Rahmayanti, "The Role of Digital Marketing in Mediating the Effect of the COVID-19 Pandemic and the Intensity of Competition on Business Performance," *Int. J. Data Netw. Sci.*, 2022, doi: 10.5267/j.ijdns.2021.9.006.
- (10) N. Vukčević, N. Abramović, and N. Perović, "Research of the Level of Digital Competencies of Students of the University 'Adriatic' Bar," *SHS Web Conf.*, 2021, doi: 10.1051/shsconf/202111101008.