



## *Implementation of digital marketing for UD Modern Y to expand website-based product marketing*

Eko Muh Widodo✉, Afif Prasetyo, Rahendra Firman Sunartama, Cweto Bolodiko Ajarwiro, Almas Nurfarid Budi Prasetyo, Yantria Gusta Nugraha  
Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ [emwidodo@ummgl.ac.id](mailto:emwidodo@ummgl.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.7752>

### **Abstract**

*UD Modern Y is one of the SMEs in Mungkid District, Magelang Regency which is engaged in convection. In its development, the marketing method used is still conventional by utilizing word of mouth (WOM). This has resulted in the slow development of UD Modern Y and being unable to compete in the marketing of its products. Therefore the community service is carried out through digital marketing education by creating a website that can support many things, such as marketing, bookkeeping, and ordering. Digital Marketing in the form of a website is an important step in entering the world of e-commerce, with a website there will be a lot of potential in its development because the website is very flexible in its development. This program is carried out by developing a website followed by training and mentoring. At the end of the program, the UD Modern Y website was produced which can be accessed at <https://udmodern.store> and the management has been able to utilize the website as a new marketing medium to reach a wider market potential*

**Keywords:** *Digital marketing; MSME; Website*

## **Edukasi implementasi pemasaran digital bagi UD Modern Y untuk memperluas pemasaran produk berbasis *website***

### **Abstrak**

UD Modern Y adalah salah satu UMKM Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang yang bergerak di bidang konveksi. Dalam perkembangannya, metode pemasaran yang digunakan masih konvensional dengan memanfaatkan *word of mouth* (WOM). Hal ini menyebabkan lambatnya perkembangan UD Modern Y dan kalah bersaing dalam pemasaran produk-produknya. Maka dari itu pengabdian dilakukan melalui edukasi pemasaran digital dengan pembuatan *website* yang dapat mendukung banyak hal, seperti pemasaran, pembukuan dan pemesanan. *Digital marketing* berbentuk *website* adalah salah satu langkah yang penting dalam memasuki dunia *e-commerce*, dengan *website* maka akan banyak potensi dalam perkembangannya karena *website* sangat fleksibel dalam perkembangannya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pengembangan *website* yang diikuti dengan pelatihan dan pendampingan. Pada akhir kegiatan, dihasilkan *website* UD Modern Y yang dapat diakses pada <https://udmodern.store> dan pengelola telah mampu memanfaatkan *website* tersebut sebagai media pemasaran baru guna meraih pangsa pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci:** Pemasaran digital; UMKM; *Website*

# 1. Pendahuluan

---

UD Modern Y dibangun pada tahun 2012 di Yogyakarta. Sebelumnya UD Modern Y adalah sebuah usaha di bidang perhiasan, seperti cincin, kalung, gelang dan sebagainya. Namun karena adanya impor perhiasan besar-besaran dari luar negeri yang harganya lebih murah, sehingga UD Modern Y terhambat perkembangannya. Kemudian, UD Modern Y bersama dengan relasinya mendapatkan pesanan berupa peralatan wisuda yang, sehingga mendapatkan alternatif dalam mengembangkan usahanya dan bertahan hingga saat ini. Dalam mengelola pesanan, UD modern Y menerapkan *pre-order* dimana produksi dilakukan setelah pemesanan. Metode pemasarannya dilakukan dengan cara komunikasi secara langsung dengan pembeli dan juga dari mulut ke mulut.

Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), Indonesia telah berhasil mencapai prestasi yang luar biasa dengan jumlah pengguna internet mencapai 82 juta orang. Dengan capaian yang demikian, Indonesia berhasil menempati posisi yang sangat mengesankan, yaitu peringkat kedelapan di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Hal ini menunjukkan betapa pesatnya perkembangan dan adopsi teknologi digital di negara ini, serta sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan konektivitas dan akses internet di seluruh wilayah Indonesia. Peringkat ini juga mencerminkan potensi besar bagi pertumbuhan ekonomi digital dan transformasi digital di Indonesia, membuka peluang yang luas untuk perkembangan bisnis *online*, *e-commerce* dan inisiatif digital lainnya (Febriyantoro & Arisandi, 2018). *Digital marketing* merupakan suatu strategi pemasaran yang melibatkan penggunaan media digital, terutama internet, untuk mempromosikan dan memasarkan sebuah merek atau brand (Rizaldi & Putranto, 2018). Strategi pemasaran digital ini lebih prospektif karena memungkinkan calon pelanggan potensial untuk mendapatkan informasi lengkap mengenai produk dan melakukan transaksi melalui internet (Sasongko et al., 2020).

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, metode pemasaran konvensional yang dilakukan oleh UD Modern Y menghadapi tantangan di era digital. Persaingan bisnis yang semakin kompleks membutuhkan inovasi pemasaran yang mengikuti kondisi terkini. Tim pengabdian memberikan solusi kepada UD Modern Y untuk membuat sebuah *website* untuk media pemasarannya dan WhatsApp untuk *digital marketing*. Dengan membuat *website*, UD Modern Y akan dapat lebih memperluas dan memperkenalkan produknya dan dengan WhatsApp menjadi *digital marketing* dan media komunikasi utamanya, UD Modern Y akan menjadi lebih efisien dan mudah dalam proses penjualannya.

# 2. Metode

---

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini diawali dengan melaksanakan survei lokasi di UD Modern Y yang berada di Dusun Meduro RT.01, RW.05, Desa Bojong, Kecamatan Mungkid, Kab. Magelang, Jawa Tengah. Pelaksanaan survei juga disertai wawancara langsung kepada pemilik UMKM sehingga dapat dilakukan analisis situasi terhadap masalah yang ada. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan Juli-September 2022 dengan melakukan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait penggunaan *website*. Sosialisasi dilakukan untuk penyamaan persepsi tentang program pengembangan *website*. Pelatihan diperuntukkan kepada pemilik maupun pegawai UD Modern Y dalam mengelola dan menggunakan *website* tersebut. Terakhir pendampingan dimana

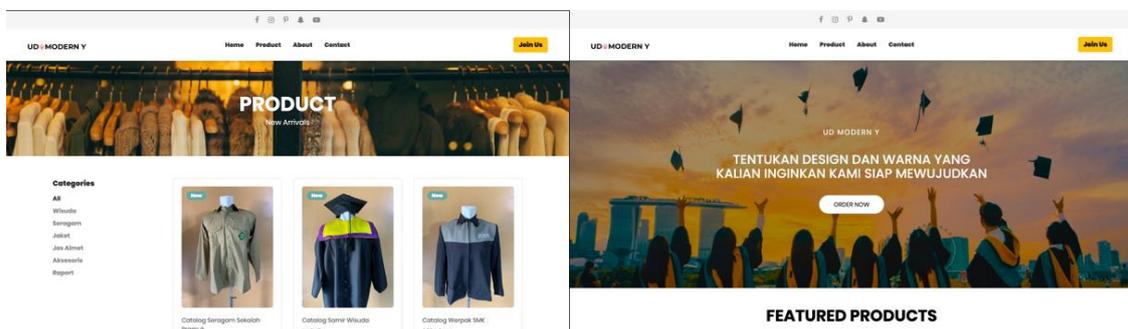
tim pengabdian mendampingi admin dan sub admin dalam mengoperasikan *website* secara mandiri.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan PPMT di UD Modern Y menunjukkan adanya perubahan dan peningkatan pemesanan yang diterima. Melalui program pendampingan yang dilakukan sejak bulan Agustus hingga September 2022 telah dilakukan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait penggunaan *digital marketing* dengan *website*.

Sosialisasi kegiatan dilaksanakan pada 11 Juli 2022 di Dusun Meduro, Desa Bojong. Kegiatan ini ditujukan untuk memperkenalkan dan menjelaskan program serta kegiatan kepada pemilik dan pegawai UMKM dan memperoleh dukungan dan partisipasi aktif. Selain itu, kegiatan ini ditargetkan untuk dapat mengatasi ketidakpastian dan ketakutan terkait penggunaan teknologi digital, membangun kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya penggunaan *digital marketing* dan *website*, serta mendorong adopsi dan implementasi *digital marketing* dan *website* dalam pemasaran UD Modern Y.

Website yang dikembangkan oleh tim dapat diakses pada <https://udmodern.store> (Gambar 1). Pada akhir tahap pengembangan *website* tersebut, tim melaksanakan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dan pendampingan dimulai dari memperkenalkan konsep *digital marketing* yang kemudian dilakukan simulasi dengan menggunakan *website* dalam melakukan pemesanan jasa jahit ataupun aksesoris atau atribut sekolah. Setelah memahami konsep dasar, pihak instansi dilibatkan dalam simulasi praktis menggunakan *website*. Dalam simulasi ini, peserta belajar bagaimana melakukan pemesanan jasa jahit atau aksesoris sekolah melalui *website* tersebut. Mereka akan diberikan panduan langkah demi langkah tentang cara menjelajahi situs *website*, memilih produk yang diinginkan, menentukan pilihan atribut atau aksesoris yang sesuai, serta mengisi informasi yang diperlukan untuk melakukan pemesanan.



Gambar 1. Halaman website UD Modern store

Dengan pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan peserta dapat menguasai konsep *digital marketing* dan memiliki kemampuan praktis dalam menggunakan *website* untuk melakukan pemesanan jasa jahit atau aksesoris sekolah. Termasuk juga peningkatan kemampuan dalam memasarkan produk atau jasa secara efektif melalui media digital. Kemudian *website* digunakan untuk pemesanan, pembukuan dan pemasaran.

Di dalam *website* dibuat 3 user, yaitu super admin, sub admin dan user biasa. Pertama, super admin bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan *website* UD Modern Y. Mereka memiliki akses dan kontrol penuh terhadap fitur-fitur dan konten yang ada di *website*. Super admin dapat mengelola pengguna lain, mengatur hak akses, mengedit

atau menambahkan konten dan melakukan tugas administratif lainnya. Kedua, sub admin bertanggung jawab atas tugas-tugas operasional sehari-hari pada *website*. Mereka dapat memasukkan produk ke dalam *website*, mengatur stok barang, mengelola pesanan pelanggan dan melakukan tugas-tugas administratif lainnya yang terkait dengan pengelolaan *website*. Sub admin memiliki akses terbatas dibandingkan super admin, namun masih memiliki kontrol yang cukup untuk menjalankan tugas-tugas mereka. Ketiga, user biasa dapat menggunakan *website* UD Modern Y sebagai pengunjung dan calon pembeli. Mereka dapat menjelajahi katalog produk, melakukan pencarian, menambahkan produk ke keranjang belanja, melakukan pembayaran dan melanjutkan proses pembelian. User biasa tidak memiliki akses ke fitur administratif *website* dan tidak dapat mengubah konten atau mengelola *website*.

*Website* UD Modern Y dilengkapi dengan fitur-fitur yang penting untuk mempermudah pengalaman berbelanja *online*. Fitur 'Pencarian' memungkinkan pengunjung *website* untuk dengan mudah mencari produk atau layanan yang mereka inginkan dengan menggunakan kata kunci atau filter khusus. Selain itu, fitur 'Katalog Produk' menyajikan daftar lengkap produk yang tersedia di UD Modern Y, dilengkapi dengan deskripsi, gambar dan harga, sehingga pengunjung dapat melihat secara jelas dan memilih produk yang mereka inginkan. Fitur 'Keranjang Belanja' memungkinkan pengguna untuk menyimpan produk yang ingin mereka beli, menambah, menghapus atau mengubah kuantitas produk dengan mudah sebelum melanjutkan ke proses pembayaran. Sedangkan fitur 'Pembayaran dan Checkout' menyediakan kemudahan bagi pengunjung untuk melihat ringkasan pesanan, memilih metode pembayaran dan mengisi informasi pengiriman sebelum menyelesaikan pembelian mereka. Dengan fitur-fitur ini, UD Modern Y memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan efisien bagi pelanggan mereka.

Dari sisi biaya, pemanfaatan pemasaran digital membutuhkan biaya per tahun yang relative terjangkau. Pertama biaya internet, yaitu bagian terpenting dari *website* karena dalam mengakses *website* harus menggunakan internet. Biaya untuk internet bervariasi tergantung waktu dan layanannya, salah satu provider internet menyediakan akses dengan kecepatan 20 mbps dan biaya per bulan sebesar Rp 375.000,-.

Kedua, mitra juga perlu memperhatikan biaya *hosting*. *Hosting* adalah layanan yang memungkinkan *website* dapat diakses secara *online*. Mitra perlu memilih penyedia *hosting* yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan biaya *hosting* dapat bervariasi tergantung pada penyedia layanan dan paket *hosting* yang dipilih. Mitra juga harus mempertimbangkan biaya nama *domain*. Nama *domain* adalah alamat unik yang digunakan untuk mengakses *website*. Mitra mungkin perlu membeli atau memperpanjang nama *domain* mereka secara berkala dan biaya ini juga tergantung pada jenis dan ekstensi *domain* yang diinginkan.

Terakhir, mitra juga perlu mempertimbangkan biaya terkait dengan pengembangan dan pemeliharaan *website*. Jika mitra memiliki kebutuhan khusus atau ingin melakukan perbaikan, pengoptimalan atau peningkatan pada *website* mereka, mungkin diperlukan biaya untuk pengembangan atau pemeliharaan *website* tersebut.

Penting bagi mitra untuk melakukan penelitian dan konsultasi dengan penyedia layanan terkait agar dapat memahami secara lebih rinci semua biaya yang terkait dengan penggunaan dan pemeliharaan *website* mereka. Dengan pemahaman yang baik tentang biaya ini, mitra dapat merencanakan anggaran dengan tepat dan memastikan

bahwa mereka dapat memanfaatkan *website* dengan efektif sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka. Estimasi biaya pemanfaatan *website* untuk pemasaran digital disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Estimasi biaya *website* per tahun

Kebutuhan	Harga	Biaya / tahun
Internet	Rp 300.000 / bulan	Rp 3.600.000 / tahun
Hosting	Rp 400.000 / tahun	Rp 400.000 / tahun
Biaya Maintenance Website	Rp 800.000 / tahun	Rp 800.000 / tahun
<b>Total</b>		Rp 4.800.000 / tahun

Dengan adanya kegiatan PPMT di UD Modern Y ini memberikan potensi bagi mitra dalam perkembangan usaha dalam bidang teknologi dan informasi sehingga mitra dapat mengembangkan usaha secara digital mengikuti perkembangan jaman. Pengadaan *website* ini adalah titik awal bagi UD Modern Y dalam perkembangan teknologi, sehingga potensi pasar yang lebih luas dapat digaiet melalui pengembangan *website* dengan menambahkan fitur-fitur baru. Diantaranya dengan mengembangkan aplikasi *mobile*.

## 4. Kesimpulan

*Digital marketing* dengan *website* telah memberikan banyak manfaat kepada mitra UD Modern Y, seperti mempermudah pemasaran produk, menyimpan data pemesanan secara digital, mencatat data user calon pemesan dan lain-lain. *Website* yang telah dibuat dapat dimanfaatkan dengan baik terutama dalam memperluas pemasaran produk dan memasuki dunia *e-commerce* saat ini. Program Pengabdian Masyarakat Terpadu (PPMT) yang dilaksanakan di Dusun Meduro, Desa Bojong telah berhasil dalam mendampingi mitra UD Modern Y untuk memasuki dunia *e-commerce* melalui *digital marketing* dengan *website* untuk memperluas usaha mitra dengan potensi kedepannya, seperti membuat aplikasi *mobile*.

## Daftar Pustaka

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Marketing dan Branding pada UMKM. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 2, pp. 56–59).
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License