

PENDAMPINGAN UMKM RAYA FARM DALAM STRATEGI USAHA PEMASARAN DIGITAL

Kartiko Ardi Widodo ^{1*}, Nurlaily Vandyansyah ², Suryo Adi Wibowo³, Yosep Agus Pranoto⁴,

¹ Teknik Elektro, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang

^{2,3,4} Teknik Elektro, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang

tiko_ta@yahoo.com

Abstrak – UMKM Raya Farm adalah usaha yang bergerak dalam bidang industri pengolahan tanaman sereh dengan skala kecil yang berfokus untuk mengolah tanaman sereh dengan produk usaha berupa minyak esensial dari tanaman sereh dan karbol sereh. Kegiatan ini menggunakan metode *waterfall* dengan delapan tahapan kegiatan, yaitu tahap persiapan, analisis, perancangan, *website development*, *Software Testing*, Pembuatan Buku Petunjuk, Pelatihan dan Pendampingan serta Evaluasi. Dalam usaha untuk mencapai visi perusahaan pada praktiknya mengalami kendala pada bidang pemasaran. Produk usaha Raya Farm belum banyak dikenal oleh masyarakat umum, sehingga berpengaruh terhadap hasil penjualan produk yang belum sesuai harapan. Usaha yang sudah dilakukan oleh mitra adalah promosi produk melalui WhatsApp dengan rajin *upload story* dan rajin melakukan promosi dengan bergabung pada beberapa *WhatsApp Group (WAG)*. Tujuan kegiatan adalah membantu mitra UMKM Raya Farm untuk meningkatkan nilai jual perusahaan dengan strategi *digital* melalui pembuatan *website Company Profile* sehingga dapat membantu UMKM Raya Farm dalam usaha meningkatkan hasil penjualan dengan strategi pemasaran yaitu berupa pengenalan produk dan pengenalan perusahaan. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dapat meningkatkan pengetahuan mitra sebesar 25,62% terhadap cara pengelolaan *website company profile*.

Kata kunci: pemasaran digital, raya farm, umkm, *website*.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang dikenal dengan UMKM merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Pemerintah Republik Indonesia memberikan dukungan penuh kepada pelaku usaha ini, karena merupakan salah satu upaya untuk memajukan kesejahteraan umum rakyat Indonesia. Komitmen ini didukung dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Pada Bab I Pasal 1 disebutkan bahwa Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan Ekonomi Kreatif. Hal ini tentu mendukung adanya pasar bebas ASEAN. Indonesia bersama dengan negara ASEAN lain memiliki berbagai perjanjian perdagangan bebas (*Free Trade Agreement/FTA*) sebagai upaya untuk meningkatkan transaksi perdagangan antar negara. Selain memiliki FTA dengan sesama negara-negara anggota (*ASEAN Free trade area/AFTA*), ASEAN juga memiliki FTA dengan Korea Selatan, China, India, Jepang, Australia dan Selandia Baru, serta Hong Kong. Selama penerapan perjanjian perdagangan bebas, telah terjadi kenaikan volume perdagangan di antara negara-negara ASEAN. Peningkatan ini seolah mencerminkan makin tingginya intensitas perdagangan, yang disebabkan oleh tingginya pemanfaatan berbagai fasilitas dalam FTA di ASEAN, yang memberikan kemudahan dalam

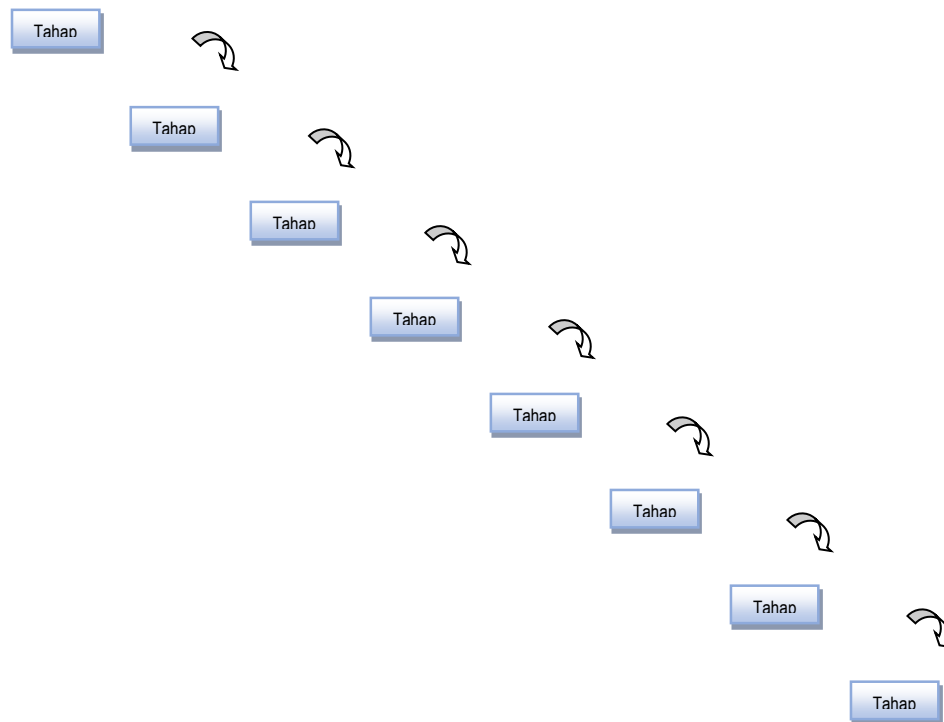
melakukan perdagangan lintas batas. Peluang ini dibaca oleh masyarakat Indonesia. Adanya COVID-19 nyatanya tidak selamanya memberikan dampak negatif bagi masyarakat Indonesia. Beberapa pelaku ekonomi kreatif justru banyak bermunculan pada masa ini, seperti Raya Farm. Raya Farm adalah UMKM milik perseorangan yaitu Retnaldi Ario Yudhianto, yang bergerak dalam bisnis produksi minyak atsiri. Minyak atsiri atau dikenal dengan nama minyak eteris atau minyak terbang (*volatile oil*), merupakan senyawa yang umumnya berwujud cairan yang diperoleh dari bagian tanaman seperti akar, kulit, batang, daun, buah, biji maupun dari bunga dengan cara penyulingan menggunakan uap. (Yuliana, Nurhidayati, Zurohaina, Aswan, & Febriana, 2020). Kebutuhan minyak atsiri semakin tahun semakin meningkat seiring dengan meningkatnya perkembangan industri modern seperti industri parfum, kosmetik, makanan, farmasi, aroma terapi dan obat-obatan. Performa industri pengolahan minyak atsiri dalam negeri didorong oleh pemerintah Indonesia agar mampu berkontribusi mendongkrak perekonomian nasional. Kinerja ekspor produk minyak atsiri Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD172,9 juta. Adapun lima negara tujuan utama ekspor komoditas minyak atsiri Indonesia adalah Amerika Serikat, India, Prancis, Tiongkok, dan Spanyol. Dalam kajian Kemenperin dan PT Sucofindo (Persero) tentang penyusunan Roadmap Pengembangan Industri Hilir Minyak Atsiri yang dilakukan pada 2019, diketahui bahwa pada 2019 terdapat enam jenis minyak atsiri yang mendominasi ekspor Indonesia yaitu minyak cengkeh, nilam, serai wangi, turpentin, minyak kayu putih, dan pala. Secara total pada 2019 Indonesia telah berkontribusi sebanyak 15.500-16.400 ton untuk enam jenis minyak atsiri utama ini (Waluyo, 2023). Dukungan konkret Kemenperin diwujudkan, salah satunya dengan cara fasilitasi yang dilakukan selama periode 2017-2021, meliputi penyusunan SNI minyak atsiri mentah sebagai bahan baku industri, SNI Bioaditif BBM Diesel sebagai dukungan pemasaran produk hilir atsiri siap pakai, pelatihan dan sertifikasi kompetensi SDM Industri Minyak Atsiri, hingga fasilitasi promosi industri minyak atsiri dengan negara maju untuk mendukung terciptanya kemitraan saling menguntungkan (Waluyo, 2023). Di 2023, Kemenperin juga memberikan dukungan berupa pembentukan Pusat Industri Minyak Atsiri Rakyat (PIMAR). Inilah virtual institution ekosistem penumbuhan industri yang menyediakan layanan dasar penumbuhan industri secara co-sharing yang siap beroperasi di awal 2024. PIMAR berperan sebagai penyediaan sarana produksi bersama, layanan inkubasi bisnis dan maturing startup, penyediaan bahan baku/faktor produksi, pusat layanan quality assurance, promosi dan pemasaran produk, serta layanan dokumentasi inovasi/formulasi/recipe menjadi Kekayaan Intelektual yang diakui hukum nasional (Waluyo, 2023). Peluang emas ini semakin dilirik oleh pengusaha muda Retnaldi Ario Yudhianto, walaupun dalam usahanya saat ini masih mengalami kesulitan terutama dalam hal pemasaran. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk memperoleh tanggapan terhadap suatu penawaran (Musyawarah & Idayanti, 2022). Untuk mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan tentunya perusahaan harus memiliki strategi yang baik dalam pemasaran. Strategi adalah rencana yang dikembangkan oleh seorang eksekutif perusahaan yang berfokus pada tujuan jangka panjang yang akan meningkatkan kualitas bisnis perusahaan. Tentunya dalam setiap bisnis dia memiliki strategi untuk meluncurkan bisnis yang telah dia buat. Strategi memegang peranan penting dalam berfungsinya suatu bisnis, baik itu bisnis di industri mie basah atau bisnis lainnya ada strategi terbaik untuk memfasilitasi operasi

bisnisnya (Musyawarah & Idayanti, 2022). Sebagai UMKM yang baru dalam usaha minyak atsiri, Retnaldi Ario Yudhianto tentunya memiliki tujuan usaha. Berdasarkan hasil wawancara, beliau menginginkan produk usahanya dapat dinikmati dan dicintai oleh masyarakat Indonesia. Untuk jangka panjang beliau menginginkan produk usahanya dapat dinikmati di negara ASEAN, khususnya sesama anggota *ASEAN Free Trade Area/AFTA*. Untuk mencapai target jangka ini, maka diperlukan suatu strategi dalam pemasaran produk usahanya. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat Indonesia atau masyarakat warga negara anggota *ASEAN Free Trade Area/AFTA* dapat mengenal produk UMKM Raya Farm. Produk unggulan dari UMKM Raya Farm adalah Minyak Atsiri yang berbahan dasar tanaman serai, yaitu berupa produk Karbol Sereh dan *Essensial Oil*. Metode pemasaran yang saat ini digunakan oleh Retnaldi Ario Yudhianto masih menggunakan cara lama yaitu dengan mempromosikan atau menawarkan produknya kepada saudara atau kerabat dekat baik dari mulut ke mulut atau aktif memposting produk pada beberapa *WAG (WhatsApp Group)*, serta rajin posting produk di *Story WhassApp*. Menurut Retnaldi Ario Yudhianto, saat ini metode seperti inilah yang digunakan untuk memasarkan produknya. Dengan cara seperti ini target penjualan yang diharapkan memang belum sesuai dengan harapan. Namun Bapak Retnaldi Ario Yudhianto tetap kontinyu dalam melakukan pemasaran. Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa UMKM Raya Farm masih belum menggunakan teknologi sebagai salah satu strategi pemasaran dalam mempromosikan produknya. Adanya strategi pemasaran produk dapat mempengaruhi atau melakukan persuasi agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat terjual. Strategi pemasaran produk efektif untuk bisnis, untuk memahami siapa target pasar, membuat anggaran dana promosi, serta mengoptimalkan sosial media sebagai pemasaran. Secara umum tujuan utama strategi pemasaran produk adalah supaya barang atau jasa yang dihadirkan dan dijual oleh perusahaan memiliki visi untuk dicapai serta relevan dengan kebutuhan konsumen. Konsep startegi pemasaran diantaranya yaitu Segmentasi Pasar, Produk, Harga (Price), Promosi, Tempat (Place), Sumber Daya Manusia (People), serta Proses. Tujuan dari penerapan strategi pemasaran yaitu untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis dengan meningkatkan penjualan dan membangun citra perusahaan yang positif. Beberapa tujuan strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan, memperkenalkan produk, membangun citra perusahaan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Rachmat, et al., 2023). Menurut Nurlaela Jauhar, Startegi kepuasan pelanggan juga sangat berpengaruh terhadap usaha peningkatan penjualan bisnis. Upaya untuk mendapatkan perhatian dan mempertahankan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan di tengah dunia bisnis yang semakin kompetitif. Sebab kepuasan pelanggan merupakan hasil dari akumulasi pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan atas penggunaan sebuah produk atau jasa, dimana kepuasan tersebut berubah dari satu pengalaman ke pengalaman selanjutnya. (Rachmat, et al., 2023). Tujuan kegiatan ini adalah membantu UMKM Raya Farm dalam usaha meningkatkan hasil penjualan dengan startegi pemasaran yaitu berupa pengenalan produk dan pengenalan perusahaan melalui pendampingan penggunaan *website company profile*.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan selama delapan bulan yaitu dimulai pada bulan April dan berakhir pada bulan November tahun 2023. Untuk menyelesaikan permasalahan mitra yang sedang dihadapi, maka agar kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dapat dilaksanakan dengan terstruktur dan terkendali

maka kegiatan ini dirancang ke dalam delapan tahapan kegiatan yang disertai dengan penanggung jawab kegiatan yang melibatkan mahasiswa. Metode yang digunakan dalam melakukan manajemen kegiatan adalah menggunakan *waterfall*. Metode *waterfall* dalam pengembangan perangkat lunak adalah salah satu pendekatan pengembangan perangkat lunak yang bersifat *linear* dan berurutan. Analogi "air terjun" digunakan untuk menggambarkan bagaimana proyek mengalir melalui serangkaian fase atau tahap yang bersifat berurutan, mirip dengan air yang mengalir melalui tingkat-tingkat air terjun. Tim pengabdian harus mengerjakan tugas secara berurutan dengan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab tugas yang telah diberikan sebelum beralih ke tugas berikutnya. Tahapan metode *waterfall* yang digunakan pada kegiatan ini dapat ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode *Waterfall* pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini merupakan tahap persiapan, tim pengabdian menuju lokasi produksi UMKM Raya Farm, yang terletak di Kota Malang untuk mengetahui kondisi usaha. Tim pengabdian melakukan diskusi dan wawancara dengan pemilik, mengenai perkembangan serta sejarah usaha sejak awal berdiri hingga saat ini (yaitu bulan April tahun 2023). Pada kegiatan ini juga dilakukan legalitas administrasi agar kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dapat dilaksanakan untuk menangani masalah mitra UMKM Raya Farm. Waktu yang ditargetkan untuk menyelesaikan tahap ini adalah empat minggu. Penanggung jawab kegiatan pada tahap ini adalah Bapak Kartiko Ardi Widodo.

2. Tahap Analisis

Tahap analisis merupakan tahap untuk menggali informasi dari mitra, mengenai permasalahan apa saja yang dihadapi oleh mitra khususnya dalam bidang pemasaran, serta untuk mengetahui apa kebutuhan mitra yang sesuai dengan visi UMKM Raya Farm. Tahap ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan mitra. Daftar pertanyaan

disediakan oleh tim pengabdian. Daftar pertanyaan didiskusikan terlebih dahulu oleh tim pengabdian. Daftar pertanyaan tidak boleh melenceng dari kebutuhan mitra dan harus sesuai dengan visi UMKM Raya Farm. Hasil analisis ini berupa informasi dari mitra. Kemudian tim pengabdian menterjemahkan kebutuhan tersebut dengan cara mengubah informasi menjadi data. Hasil konversi informasi adalah berupa data, kemudian data tersebut dikelompokkan berdasarkan peruntukannya. Data akan diubah menjadi *field* yang akan dikelompokkan sesuai peruntukannya ke dalam sebuah *tabel*. Pada tahap ini juga dilakukan pengambilan data dari mitra UMKM Raya Farm. Data tersebut berupa dokumentasi berupa (1) Foto, video produk dan informasi penunjangnya, (2) Foto, video lokasi UMKM Raya Farm, termasuk bagaimana proses produksi serta tahapan produksinya, dan (3) Pengambilan data pelanggan. Waktu yang ditargetkan untuk menyelesaikan tahap ini adalah empat minggu. Penanggung jawab kegiatan pada tahap ini adalah Bapak Suryo Adi Wibowo.

3. Tahap Perancangan

Pada tahap perancangan inilah tim pengabdian harus mampu menterjemahkan kebutuhan yang disampaikan dalam bentuk informasi sehingga diterjemahkan ke dalam bentuk data. Pada tahap ini dilakukan perancangan *database* serta menentukan relasi antar tabel, sehingga informasi yang diharapkan dapat dibaca. Pada tahap ini juga dilakukan perancangan *User Interface (UI) layout website*. Dalam hal ini *desain layout* dibangun menggunakan *Figma*. *Figma* adalah aplikasi untuk mendesain logo, produk digital seperti *mockup* dan *mind map*, *website*, hingga aplikasi seluler (Pramudita, Arifin, Alfian, Safitri, & Anwariya, 2021). Tidak hanya desain *UI*, pada tahap ini tim pengabdian juga melakukan perancangan proses alur data informasi dari hulu sampai ke hilir. Perancangan ini diwujudkan dalam bentuk algoritma untuk tiap proses. Tim pengabdian harus memperhatikan bagaimana *website* yang dirancang agar alur prosesnya akan mudah untuk dikelola oleh pengguna atau *user friendly*. Waktu yang ditargetkan untuk menyelesaikan tahap ini adalah empat minggu. Penanggung jawab kegiatan pada tahap ini adalah Bapak Yosep Agus Pranoto.

4. Tahap Website Development

Penanggung jawab kegiatan pada tahap ini adalah Nurlaily Vendyansyah. Pada tahap ini, *website* dibangun menggunakan *framework Codeigniter*. Pada tahap ini tim pengabdian menterjemahkan desain pada tahap perancangan untuk dituangkan dalam sebuah *website*. *Website* dibangun secara dinamis dengan dua *role id* yaitu *admin* dan *guest* (tamu). *Website* dibangun secara dinamis dengan tujuan agar perubahan data atau informasi di kemudian hari akan lebih mudah untuk dilakukan *update*. Pada tahap ini juga bertanggung jawab terhadap proses *hosting website*. Waktu yang ditargetkan untuk menyelesaikan tahap ini adalah dua belas minggu.

5. Tahap Software Testing

Pada tahap ini dilakukan pengujian untuk mengetahui performa dari *website* yang dibangun apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan. Metode yang digunakan pada tahapan ini adalah metode *blackbox testing*. Karena sistem yang dibangun adalah berbasis *website*, maka skenario pengujian akan dilakukan dengan beberapa *user* yang melakukan akses *website* secara bersamaan dengan berbagai *browser*. Pengujian dilakukan ini dilakukan di Laboratorium *Mobile Programming*, Institut Teknologi Nasional Malang. Daftar uji dibuat dalam bentuk tabel untuk memudahkan *user tester* memahami perintah

uji fungsi *website*. Tim pengabdian menganalisis apakah masih terdapat banyak *bug* pada *website*, jika terdapat banyak *bug* maka *website* harus diperbaiki sehingga harus kembali pada proses ke empat yaitu tahap *website development*. Penanggung jawab kegiatan pada tahap ini adalah Yosep Agus Pranoto. Waktu yang ditargetkan untuk menyelesaikan tahap ini adalah empat minggu.

6. Tahap Pembuatan Buku Petunjuk Penggunaan

Buku petunjuk penggunaan perangkat lunak ditujukan agar *end user* dalam hal ini adalah mitra UMKM Raya Farm dapat mempelajari cara menggunakan *website* serta mengetahui bagaimana cara mengelola *website*. Buku petunjuk dibuat sedemikian rupa agar mudah dipahami oleh *end user* dengan pengetahuan teknologi yang sederhana sekalipun. Penanggung jawab kegiatan pada tahap ini adalah Suryo Adi Wibowo. Waktu yang ditargetkan untuk menyelesaikan tahap ini adalah dua minggu.

7. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Penanggung jawab kegiatan pada tahap ini adalah Kartiko Ardi Widodo. Pada kegiatan ini dibuat kuisioner pendahuluan sebelum dilakukan proses pendampingan (*pre test*) dan kuisioner setelah dilakukan pendampingan (*post test*) (Vendyansyah, Rudhistiar, & Gultom, 2022). Kuisioner dibuat dalam bentuk pertanyaan dengan umpan balik berupa inputan skala pengetahuan dari *end user*. Hasil dari kuisioner digunakan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan pemahaman *end user* terhadap *website*. Peserta pada kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah mitra UMKM Raya Farm dan beberapa pelanggan dari UMKM Raya Farm. Hal selain bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra, sekaligus berfungsi sebagai sarana promosi perusahaan yaitu UMKM Raya Farm. Waktu yang ditargetkan untuk menyelesaikan tahap ini adalah dua minggu.

8. Tahap Evaluasi

Penanggung jawab kegiatan pada tahap evaluasi adalah Suryo Adi Wibowo. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan evaluasi kegiatan yang sudah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan untuk menilai kegiatan pengabdian kepada masyarakat apakah sudah sesuai dengan tujuan kegiatan. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk mengetahui kesalahan atau kekurangan dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga dapat diminimalis untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada periode selanjutnya.

HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Raya Farm telah berhasil dilaksanakan dengan kerjasama yang baik oleh tim pengabdian yang didukung oleh mitra. Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan dan sudah dijelaskan pada bagian metode, yaitu terdiri dari delapan tahapan kegiatan dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Kegiatan Persiapan



Gambar 2. Kegiatan Persiapan Survey Lokasi UMKM raya Farm

2) Kegiatan Analisis

Fokus kegiatan ini adalah menggali data sebanyak-banyaknya dari mitra. Tujuannya adalah menghasilkan sebuah rancangan *website company profil* yang baik sehingga dapat dijadikan sebagai alat pemasaran usaha (Fitriyanti, 2016). Hasil dari kegiatan ini adalah menciptakan *website company profil* yang baik harus memiliki informasi antara lain sebagai berikut :

- 1) Sejarah perusahaan
- 2) Filosofi perusahaan
- 3) Budaya perusahaan
- 4) Sambutan dari pimpinan (Komisaris Utama atau Direktur Utama)
- 5) Identitas perusahaan (logo, seragam, interior gedung, kualitas cetakan atau kualitas audiovisual)
- 6) Visi, misi, strategi perusahaan, hingga komitmen perusahaan untuk maju dan berkembang
- 7) Alamat perusahaan serta cabang-cabang perusahaan
- 8) Penjelasan singkat terkait SDM (Sumber Daya Manusia) di perusahaan
- 9) Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan perusahaan
- 10) Prestasi dan keunggulan perusahaan
- 11) Laporan perkembangan perusahaan (annual report), termasuk di dalamnya ada informasi laba rugi perusahaan
- 12) Deskripsi terkait produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan. Termasuk ada gambaran target pasar, lokasi pabrik, distributor, market share, hingga grafik pertumbuhan usaha.
- 13) Program pengembangan untuk masa depan. Termasuk di dalamnya pelatihan, rencana pengembangan produk, pengembangan pasar, dan hal lainnya yang berkaitan
- 14) Penjelasan mengenai kelebihan perusahaan Anda. Mengapa klien harus memilih perusahaan Anda?

Daftar pertanyaan tersebut diberikan kepada mitra melalui proses wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian. Hasil wawancara akan menjadi bahan narasi yang akan menjadi informasi yang akan disampaikan melalui *website company profile*. Gambar 3 merupakan salah satu kegiatan yang menunjukkan mahasiswa sedang melakukan pembimbingan dalam menyusun daftar pertanyaan sebelum diberikan kepada mitra.



Gambar 3. Kegiatan diskusi dan pembimbingan penyusunan daftar pertanyaan untuk analisis data.

3) Kegiatan Perancangan

Tim pengabdian menterjemahkan kebutuhan mitra berdasarkan hasil wawancara, kemudian didapatkan hasil kebutuhan sistem yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. *Website* memiliki dua *role id* yaitu *admin* dan *guest* (tamu).
2. Menu utama *website* untuk *guest* (tamu) adalah sbb :
 - a) Beranda : Berisi cuplikan informasi berita terbaru dari mitra. Berita tersebut merupakan cuplikan isi dari menu galeri, produk, serta menu tentang kami.
 - b) Tentang Kami : Berisi sub menu Berita Kami, Identitas Kami, SDM, Testimoni Pelanggan Kami dan Prestasi Kami.
 - c) Galeri : Berisi koleksi foto-foto dan video dokumentasi kegiatan usaha dari mitra, serta sub menu pengetahuan umum tentang manfaat produk dari tanaman sereh dan olahannya.
 - d) Produk : Berisi informasi daftar produk hasil dari UMKM Rata Farm.
 - e) Kontak Kami : Berisi informasi alamat UMKM Raya Farm yang juga ditampilkan dalam bentuk map. Pada menu ini juga berisi informasi untuk calon pelanggan sehingga dapat menghubungi UMKM Raya Farm baik melalui email ataupun melalui WhatsApp. Pada menu ini biasanya digunakan oleh calon pelanggan untuk mendapatkan penawaran terbaik dari mitra. Calon pengguna juga dapat melakukan *request* untuk menjadi *member* sehingga dapat memperoleh keuntungan dari perusahaan, melalui sub menu Pendaftaran Member.
3. Untuk dapat masuk ke *website* admin, maka pengguna harus melakukan login terlebih dahulu.
4. Menu utama pada halaman *admin* berfungsi untuk mengelola *website* *guest* (tamu) yang memiliki fitur *Create Read Update dan Delete* (CRUD).
5. *Website* memiliki fitur untuk mencetak rekap data member. Informasi data member dan data pelanggan penting sehingga dapat digunakan untuk memelihara konsumen dengan harapan agar tetap menjadi pelanggan dari perusahaan.
6. *Website* menampilkan video dan foto yang menarik dengan kualitas profesional.

4) Kegiatan Website Development

Website dibangun dengan menggunakan *framework Codeigniter*. *Template admin* yang digunakan adalah *SAdmin2*. Hasil *website company profil* yang dibangun ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Website Company Profile UMKM Raya Farm

5) Kegiatan Software Testing

Pada kegiatan ini tim pengabdian menggunakan metode *blackbox* untuk melakukan *testing* terhadap *software* yang akan digunakan oleh UMKM Raya Farm. Cuplikan fitur uji *website* ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Software Testing menggunakan Metode Blackbox

No.	Feature	Test Scenario	Test Case	Test Step	Expected Result	Status			Client	Tanggal Cek
						Actual Result	Sesuai	Tidak Sesuai		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
1.	Sign Up	Cek Sign Up	Requirement Sign Up	1) Masuk Menu Sign In > Klik Sign In.	Berhasil Membuat Akun dan Masuk ke Page OTP	Berhasil Membuat Akun dan Masuk ke Page OTP				5 Oktober 2023
				2) Klik Sign Up						
				3) Masukkan First Name						
				4) Masukkan Last Name						
				5) Masukkan Email			√			
				6) Masukkan Password						
				7) Check pada Checkbox TnC & Privacy Policy						
				8) Button Sign Up akan aktif, Klik Sign Up						
			Requirement Sign Up tidak diisi	1) Masuk Menu Sign In > Klik Sign In	Button Sign Up	Button Sign Up Tidak bisa di klik dan muncul notif				5 Oktober 2023
				2) Klik Sign Up	Tidak bisa di klik dan muncul notif	Muncul Alert "First Name Is required"	√			
				3) Kosongkan First Name	Muncul Alert "First Name Is required"	Muncul Alert "Last Name Is required"				
				4) Kosongkan Last Name	Muncul Alert "Last Name Is required"					
				5) Kosongkan Email						
				6) Kosongkan Password						
				7) Check pada Checkbox TnC & Privacy Policy						

No.	Feature	Test Scenario	Test Case	Test Step	Expected Result	Status			Client	Tanggal Cek
						Actual Result	Sesuai	Tidak Sesuai		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
					Name Is required"	Muncul Alert				
					Muncul Alert	"Email Is required"				
					"Email Is required"	Muncul Alert				
					Muncul Alert	"Password Is required"				
					"Password Is Required"					

6) Kegiatan Pembuatan Buku Petunjuk Penggunaan Website



Gambar 5. Buku Petunjuk Penggunaan Website Company Profile UMKM Raya Farm

Tim pengabdian menyusun Buku Petunjuk sebagai panduan bagaimana cara menggunakan website UMKM Raya Farm untuk membantu pengguna dalam memahami alur kerja website. Buku petunjuk ini berisi dua bagian yaitu petunjuk penggunaan website untuk admin dan petunjuk penggunaan website untuk guest (tamu), seperti ditunjukkan pada Gambar 5.

7) Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Website Company Profile UMKM Raya Farm

Pada kegiatan ini dihadiri oleh sepuluh peserta dari lima belas undangan termasuk pemilik UMKM Raya Farm, karyawan serta pelanggan yang sudah pernah membeli produk usaha mitra. Lima diantaranya berhalangan hadir. Dokumentasi kegiatan seperti ditunjukkan pada Gambar 6.

8) Kegiatan Evaluasi

Tingkat keberhasilan suatu kegiatan dapat diukur dengan melakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan

memberikan kuisioner kepada pengguna yaitu berupa *pre test* dan *post test*. Hasilnya dapat ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Daftar pertanyaan dan Hasil evaluasi kegiatan

No	Pertanyaan	Hasil (%)		Hasil
		Pre-Test	Post-Test	
1.	Apakah Anda dapat mengoperasikan <i>website company profile</i> UMKM Raya Farm?	70	100	30
2.	Menurut Anda apakah tampilan <i>website</i> menarik ?	100	100	100
3.	Apakah <i>font</i> (huruf) pada <i>website</i> dapat dibaca dengan jelas ?	100	100	0
4.	Apakah gambar pada <i>website</i> memiliki kualitas yang baik (tidak buram) ?	100	100	0
5.	Apakah video pada <i>website</i> memiliki informasi jelas ?	100	100	0
6.	Apakah video pada <i>website</i> memiliki kualitas gambar video yang baik ?	100	100	0
7.	Apakah isi <i>website</i> memiliki informasi yang mudah dimengerti ?	100	100	0
8.	Apakah alur menu pada <i>website</i> mudah dimengerti ?	20	100	80
9.	Apakah pemateri menyampaikan materi dengan menyenangkan ?	100	100	0
10.	Apakah Anda mengerti bagaimana manfaat tanaman sereh ?	30	100	70
11.	Apakah Anda mengetahui apakah minyak esensial ?	30	100	70
12.	Apakah Anda mengetahui apasajakah produk UMKM Raya Farm ?	50	100	50
13.	Apakah penyampaian materi oleh pemateri mudah dimengerti ?	60	100	40
14.	Apakah penampilan pemateri menarik ?	100	100	0
15.	Apakah <i>website</i> dapat digunakan sebagai alat pengenalan produk dan usaha ?	10	100	90
16.	Menurut Anda apakah <i>website company profile</i> memiliki manfaat untuk Anda ?	30	100	70
Total				25,62

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat meningkatkan pengetahuan mitra melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan *website company profile* sebesar 27%. Secara umum mitra memberikan respon baik terhadap kegiatan ini, karena dapat meningkatkan nilai jual perusahaan di masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan pada mitra UMKM Raya Farm mendapatkan respon baik dari mitra. Hal ini karena tim pengabdian telah melakukan beberapa kegiatan sebagai usaha untuk meningkatkan nilai jual perusahaan baik dengan dibangun *website company profile* yang lengkap dengan isi konten yang menarik dan memberikan edukasi kepada pelanggan dan calon pelanggan, serta melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan *website* UMKM Raya Farm. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dapat meningkatkan pengetahuan mitra sebesar 25,62% terhadap cara pengelolaan *website company profile*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih (1) kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi Nasional Malang yang telah membantu dalam memberikan dukungan baik berupa materiil maupun moril, serta kepada (2) Bapak Retnaldi Ario Yudhianto pemilik UMKM Raya Farm sebagai mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju2022*Forecasting : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*1-13
- [2] Association, American Marketing2017*Definitions of Marketing*
- [3] *Harum Aroma Industri Minyak Atsiri*indonesia.go.id : Portal Informasi Indonesia

- [4] PENDAMPINGAN APLIKASI MOBILE SEBAGAI PENYEDIA BUKTI BAYAR (AMBYAR) PADA RPM MOTOR2022*JASTEN : Jurnal Aplikasi Sains Teknologi Nasional Vol. 03 No. 0237 – 46*
- [5] PENGGUNAAN APLIKASI FIGMA DALAM MEMBANGUN UI/UX YANG INTERAKTIF PADA PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA STMIK TASIKMALAYA2021*Jurnal Buana Pengabdian Vol. 3 No 1149-154*
- [6] PERANCANGAN COMPANY PROFILE DAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA PABRIK GULA CEPIRING KABUPATEN KENDAL2016*Arty : Journal of Visual Arts1-9*
- [7] *Strategi Pemasaran*2023Padang, Sumatera BaratPT.Global Eksekutif Teknologi
- [8] *UMKM UNGGUL DENGAN PEMASARAN DIGITAL DAN CO-CREATIONS*2023YogyakartaPenerbit Andi
- [9] Zurohaina2020PROSES PENGAMBILAN MINYAK ATSIRI DARI TANAMAN NILAM (*Pogestemon cablin Benth*) MENGGUNAKAN METODE MICROWAVE HYDRODISTILLATION*Jurnal Kinetika, Politeknik Negeri Sriwijaya*34 - 39