

## Peningkatan Penjualan Melalui Penggunaan Website pada UMKM Serbuk Minuman Herbal

Muhammad Farkhan<sup>1</sup>, Reven Aldimas<sup>2</sup>, Khairil Anam<sup>3</sup>, Dony Perdana<sup>4</sup>, Lilla Puji Lestari<sup>5</sup>, Khoirul Ngibad<sup>6</sup>, Annando Kusuma Dianto<sup>7</sup>, Ahmad Dani Fahrudin<sup>8</sup>, David Khalik Arrafi<sup>9</sup>

<sup>1,2</sup> Prodi Sarjana Teknik Informatika Universitas Maarif Hasyim Latif, Indonesia

<sup>3</sup> Prodi D3 Teknik Komputer Universitas Maarif Hasyim Latif, Indonesia

<sup>4,5,7,8</sup> Prodi Sarjana Teknik Mesin Universitas Maarif Hasyim Latif, Indonesia

<sup>6,9</sup> Prodi D3 Teknologi Laboratorium Medis Universitas Maarif Hasyim Latif, Indonesia

### Corresponding Author

Nama Penulis: Khoirul Ngibad

E-mail: khoirul\_ngibad@dosen.umaha.ac.id

### Abstrak

Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), kami bermitra dengan UMKM Queen Sae yang bergerak dalam pembuatan serbuk minuman herbal. UMKM Queen Sae telah memiliki P-IRT, sertifikat merek dan sertifikat halal. Mitra belum mempunyai websi teresmi yang berbayar tiap tahun. Mitra masih menggunakan website gratisan yang terkesan kurang profesional. Tujuan pelaksanaan PkM ini adalah untuk melakukan pendampingan usaha mitra dengan dalam pemasaran produk secara online menggunakan website sehingga dapat meningkatkan jumlah omset dan keuntungan mitra. Metode PkM ini adalah 1. Persiapan (tim PkM meliputi: pembuatan materi dan indikator – indikator penilaian keterampilan pengelolaan website), 2. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran online melalui pembuatan serta pengelolaan website, dan 3. Monitoring serta evaluasi kegiatan PkM, di mana hasil uji atau skor dari berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan akan dikumpulkan untuk dianalisis. Hasil PkM ini adalah mitra telah mempunyai website <https://queensae.co.id/> untuk penjualan produk secara online. Ketrampilan mitra dalam mengelola website dibuktikan dengan kemampuan mitra dalam menguasai indikator-indikator penilaian keterampilan website yang mencapai 90%. Selain itu, juga terjadinya peningkatan omset dan pendapatan mitra yang mencapai 30-40%. Kegiatan PkM ini telah berdampak pada peningkatan penjualan melalui penggunaan website pada UMKM serbuk minuman herbal.

**Kata kunci** - Peningkatan Penjualan, Serbuk Minuman Herbal, SEO, UMKM, Website

### Abstract

In the Community Service activity, we partnered with Queen Sae MSMEs which is engaged in making herbal drink powder. Queen Sae already has P-IRT, brand certificate and halal certificate. Partners do not have an official website that is paid for every year. Partners are still using free websites that seem unprofessional. The purpose of implementing this Community Service is to provide assistance to partner businesses in online product marketing using websites so that they can increase the number of turnover and partner profits. The Community Service method is 1. Preparation (Community Service team includes: making materials and indicators - indicators for assessing website management skills, 2. Implementation of training and mentoring in online marketing through the creation and management of websites, and 3. Monitoring and evaluation of Community Service activities, where test results or scores from various training and mentoring activities will be collected for analysis). The

*result of this Community Service is that partners have a website <https://queensae.co.id/> for online product sales. Partners' skills in managing websites are proven by their ability to master website skill assessment indicators which reach 90%. In addition, there was also an increase in turnover and partner income reaching 30-40%. This Community Service activity has had an impact on increasing sales through the use of websites on herbal drink powder MSMEs*

*Keywords - Sales Increase, Herbal Drink Powder, SEO, MSMEs, Website*

## **PENDAHULUAN**

Dalam kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun 2024, kami bermitra dengan UMKM Queen Sae yang berlokasi di Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo. UMKM Queen Sae bergerak dalam pembuatan serbuk minuman herbal. UMKM Queen Sae telah memiliki P-IRT, sertifikat merek dan sertifikat halal.

Mitra melakukan pemasaran online melalui platform media sosial Instagram ([https://www.instagram.com/queensae\\_official](https://www.instagram.com/queensae_official)), tiktok ([https://www.tiktok.com/@queensae\\_official](https://www.tiktok.com/@queensae_official)), dan marketplace Shopee ([https://shopee.co.id/queensaegaleri7#product\\_list](https://shopee.co.id/queensaegaleri7#product_list)). Selain itu, mitra juga sudah mempunyai GMB (*Google My Business*). Menurut hasil wawancara dengan tim PkM, mitra menyampaikan bahwa mitra belum mempunyai website resmi yang berbayar tiap tahun. Mitra masih menggunakan website gratisan yang terkesan kurang profesional dan masih kalah dalam hasil pencarian. Mitra memiliki keinginan kuat untuk memasarkan usahanya secara online melalui penggunaan website untuk menjual produk. Selain itu, mitra juga memerlukan bantuan dalam mempelajari cara menggunakan website untuk pemasaran online guna meningkatkan penjualan (Ngibad, Sembilu, & Ula, 2021) (Ngibad, Sembilu, Setiawan, et al., 2021) (Mangku et al., 2022) (Kenali et al., 2021). Mitra sangat berharap suatu saat usahanya bisa lebih maju agar dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja dari masyarakat sekitar sehingga dapat mengangkat perekonomian masyarakat terutama ibu - ibu rumah tangga. Selain itu, mitra juga berkomitmen usahanya dapat Go Global/ekspor.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk melakukan pendampingan usaha mitra dengan dalam pemasaran produk secara online menggunakan website sehingga dapat meningkatkan jumlah omset dan keuntungan mitra.

## **METODE**

### **Tahap 1. Persiapan**

Pada tahap persiapan ini, tim PkM memulai dengan menyiapkan berbagai kegiatan, termasuk pembuatan materi berupa modul dan presentasi PowerPoint, serta menetapkan indikator penilaian keterampilan. Kegiatan ini berfokus pada pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran produk secara online melalui pembuatan dan pengelolaan website serta pengembangan website untuk penjualan produk secara daring.

### **Tahap 2. Pelaksanaan**

Pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan di lokasi mitra mencakup pemasaran online melalui pembuatan dan pengelolaan website. Kegiatan ini dimulai dengan memberikan informasi mengenai pentingnya digital marketing dalam pemasaran. Tim PkM akan menyediakan website kepada mitra dan kemudian memberikan pelatihan serta pendampingan mengenai penggunaannya, sehingga mitra dapat secara mandiri mengelola pemasaran melalui internet marketing. Materi pelatihan disampaikan menggunakan modul dan presentasi PowerPoint agar lebih mudah dipraktikkan oleh mitra. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan penjualan produk ke seluruh wilayah Indonesia, serta meningkatkan pendapatan dan omset mitra. Selain itu, dilakukan serah terima website dari perwakilan LPPM Universitas Maarif Hasyim Latif kepada mitra, disertai Berita Acara Serah Terima (BAST) yang ditandatangani kedua belah pihak. Penilaian keterampilan mitra dalam mengelola website untuk pemasaran online dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan, serta seluruh kegiatan didokumentasikan dalam bentuk foto dan video.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

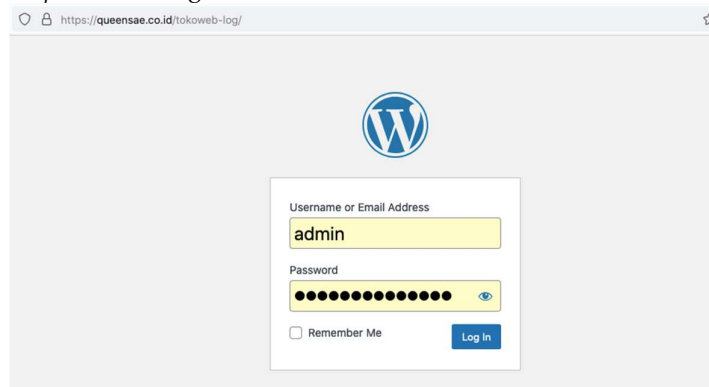
### Tahap 3. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan PkM

Skor atau hasil uji dari berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan akan dikumpulkan untuk dianalisis. Pada kegiatan ini, tim PkM melakukan pemantauan dan evaluasi terkait keberlanjutan program PkM di masa mendatang.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan PkM ini, tim PkM UMAHA membantu mengatasi masalah mitra dalam aspek pemasaran. Mitra belum mempunyai website resmi yang membayar tiap tahun. Mitra masih menggunakan website gratisan yang terkesan kurang profesional. Oleh karena itu, tim PkM mempersiapkan website untuk penjualan produk – produk yang dimiliki mitra secara online melalui website <https://queensae.co.id/>. Selanjutnya, tim PkM UMAHA melakukan kunjungan ke mitra untuk melakukan pendampingan dalam pengelolaan website agar dapat dikelola oleh mitra dengan baik ke depannya. Adapun panduan website untuk mitra dapat diakses di [https://drive.google.com/file/d/1NUMBd41\\_aiL31P40WJytb6DrMRSFxmmn/view?usp=share\\_link](https://drive.google.com/file/d/1NUMBd41_aiL31P40WJytb6DrMRSFxmmn/view?usp=share_link).

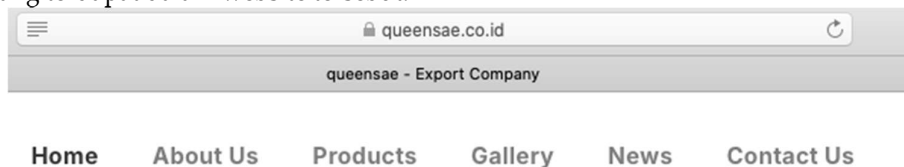
Tahap pertama, tim PkM UMAHA mendampingi mitra dalam pengelolaan website dengan cara mengajari cara masuk (log in) ke website <https://queensae.co.id/tokoweb-log/>. Dengan mengisi *username* atau *email address* dan *password*, maka dapat masuk ke dalam dashboard website sehingga dapat melakukan editing atau perubahan terkait fitur – fitur yang terdapat dalam website (**Gambar 1**). Mitra telah didampingi oleh tim PkM UMAHA sampai mampu melakukan aktivitas *log in* dan *log out* pada website. Selain itu, tim PkM UMAHA menyampaikan kepada mitra agar menyimpan *username* atau *email address* dan *password* dengan baik.



**Gambar 1.**

Tampilan *log in* (masuk) website <https://queensae.co.id/>

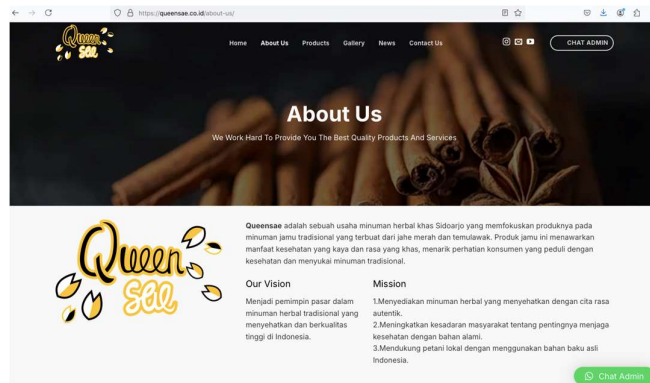
Dalam kegiatan PkM ini, tim PkM UMAHA mendampingi tentang cara mengelola menu – menu yang terdapat dalam website. Menu – menu tersebut antara lain: *Home*, *About Us*, *Products*, *Gallery*, *News*, dan *Contact Us* (**Gambar 2**). Menu – menu tersebut dapat diubah sesuai kemauan mitra. Dalam pendampingan ini, mitra didampingi terkait cara mengubah, menambah dan mengurangi menu – menu yang terdapat dalam website tersebut.



**Gambar 2.**

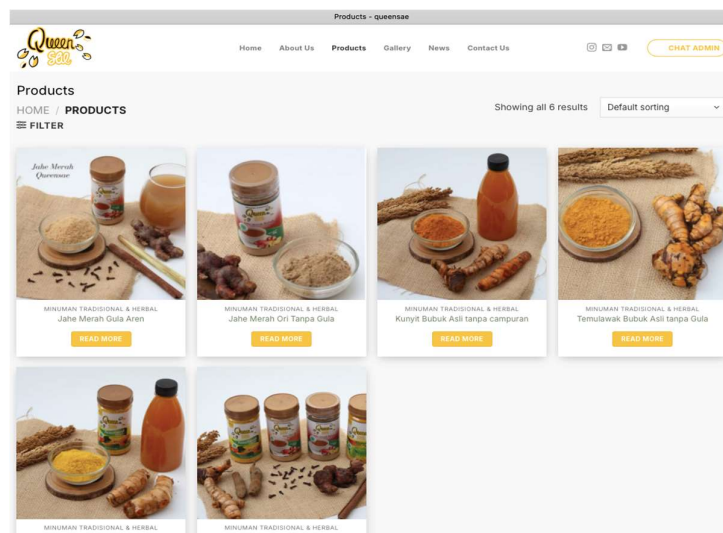
Tampilan menu – menu di website <https://queensae.co.id/>

Menu *About Us* digunakan untuk menjelaskan kepada calon konsumen tentang layanan yang disediakan oleh UMKM Queensae (**Gambar 3**). Visi Queensae adalah menjadi pemimpin pasar dalam minuman herbal tradisional yang menyehatkan dan berkualitas tinggi di Indonesia. Misi Queensae meliputi: 1. Menyediakan minuman herbal yang menyehatkan dengan cita rasa autentik. 2. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan melalui penggunaan bahan-bahan alami, dan 3. Mendukung petani lokal dengan menggunakan bahan baku asli Indonesia. Dalam pendampingan ini, mitra juga didampingi terkait cara mengubah atau mengedit isian dalam Menu *About Us* yang terdapat dalam website tersebut sampai mahir.



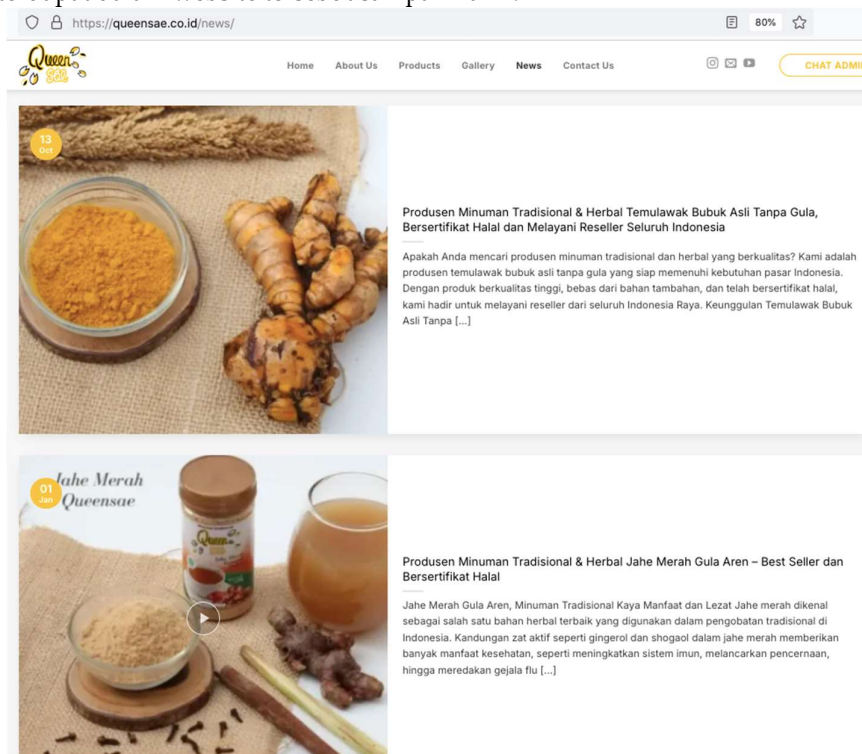
**Gambar 3.**  
Tampilan menu *About Us*

Menu *About Us* digunakan untuk menampilkan varian produk yang dimiliki oleh UMKM Queensae dengan deskripsinya (**Gambar 4**). Dengan ditampilkannya produk – produk mitra di website, calon konsumen dari Sabang sampai Merauke atau bahkan dari Seluruh manca negara dapat melihat produk – produk yang ditawarkan oleh mitra. Produk – produk tersebut juga dapat diubah menyesuaikan kemauan mitra. Dalam pendampingan ini, mitra juga didampingi terkait cara mengubah atau mengedit isian dalam Menu *Products* yang terdapat dalam website tersebut sampai mahir.



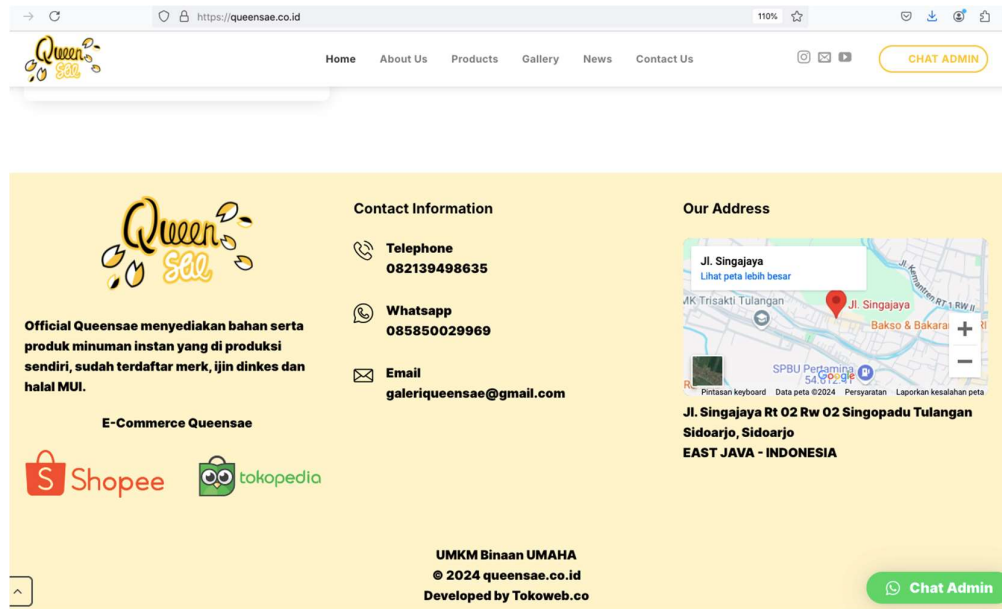
**Gambar 4.**  
Tampilan menu *Products*

Menu *News* digunakan untuk membuat artikel yang dapat meningkatkan (*Search Engine Optimization*) SEO Google (**Gambar 5**). Pemanfaatan teknik SEO yang baik akan berdampak pada peningkatan trafik. Hal tersebut disebabkan karena mesin pencari akan merekomendasikan suatu website untuk mencapai posisi teratas atau halaman pertama dalam hasil pencarian Google, khususnya dalam pencarian produk (Ningrum et al., 2023). SEO berfokus pada peningkatan visibilitas dan peringkat website di hasil pencarian Google. Kegiatan PkM tentang pelatihan SEO yang dilakukan bersama mitra Nirvana Filter Abadi mampu memberikan dampak positif pada performa website mitra sehingga dapat meningkatkan visibilitas website secara organik (Cahyono, 2024). Dalam kegiatan PkM lain, mitra UMKM yang dibina dalam pendampingan SEO mendapatkan manfaat, yaitu: dapat membantu dalam memperkuat promosi produk. Keberadaan website bagi mitra juga dapat berdampak pada peningkatan keuntungan (Anton et al., 2023). Teknik SEO juga sangat berguna dalam mendorong terjadinya trafik yang potensial dan meningkatkan *brand awareness* jasa/produk. Dalam pendampingan ini, mitra juga didampingi terkait cara mengubah atau mengedit isian dalam Menu *News* yang terdapat dalam website tersebut sampai mahir.



**Gambar 5.**  
Tampilan menu *News*

Selanjutnya, tim PkM UMAHA juga mendampingi mitra tentang cara mengubah *Contact Information, Telephone, Whatsapp, Email, Our Address, link Shopee dan Tokopedia serta Chat Admin* (**Gambar 6**). Semua materi terkait pengelolaan mitra disampaikan dan dipraktikkan semua kepada mitra agar mitra dapat mengelola website dengan baik. Apabila ada kendala, mitra dapat membuka Kembali panduan website yang telah dibuat oleh tim PkM. Tim PkM juga tetap akan mendampingi apabila mitra mengalami kendala.



Gambar 6.

Tampilan Contact Information, Telephone, Whatsapp, Email, Our Address, link Shopee dan Tokopedia serta Chat Admin

Target luaran dalam kegiatan PkM telah tercapai yaitu penyerahan website <https://queensae.co.id/> kepada mitra yang dibuktikan dalam BAST (Gambar 7). BAST menjadi bukti resmi bahwa website <https://queensae.co.id/> tersebut telah diberikan kepada mitra dan sebagai bentuk pelaporan dari Tim PkM ke Kemendikbudristek. Kolaborasi antara UMAHA dan Kemendikbudristek diharapkan mampu membantu mitra agar mampu bertumbuh dan maju lebih baik lagi ke depannya.



Gambar 7.

Serah terima website <https://queensae.co.id/> kepada mitra

Gambar 8 menunjukkan tentang pendampingan mitra untuk peningkatan keterampilan dalam mengelola website untuk penjualan produk mitra secara online. Peningkatan keterampilan mitra dalam mengelola website dibuktikan dengan kemampuan mitra dalam menguasai indikator-indikator penilaian ketrampilan website yang mencapai 90%. Selain itu, peningkatan omset dan pendapatan mitra dengan persentase mencapai 30-40%.



Gambar 8.

Pendampingan mitra untuk peningkatan keterampilan dalam mengelola website

## KESIMPULAN

Permasalahan mitra UMKM Quensae terkait belum tersedianya website resmi yang berbayar tiap tahun sudah terselesaikan dengan pendampingan yang dilakukan oleh tim PkM UMAHA, yaitu dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran produk menggunakan website <https://queensae.co.id/>. Website tersebut telah diberikan kepada mitra. Keterampilan mitra dalam mengelola website dibuktikan dengan kemampuan mitra dalam menguasai indikator-indikator penilaian keterampilan website yang mencapai 90%. Lebih lanjut, terjadinya peningkatan omset dan pendapatan mitra yang mencapai 30-40%.

Saran kepada mitra adalah segera memenuhi persyaratan – persyaratan agar produk mitra bisa diekspor. Selain itu, mitra juga harus memperoleh izin dan lisensi ekspor dan mulai melakukan penjangkauan agar memiliki jaringan mitra internasional. Logistik, distribusi, promosi dan pemasaran global juga harus diprioritaskan sehingga mitra UMKM bisa Go Ekspor.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PkM UMAHA menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kemendikbudristek RI yang telah mendanai kegiatan PkM dengan Nomor Kontrak Induk 129/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 dan Nomor Kontrak Turunan 060/SP2H/PT/LL7/2024 dengan judul pengabdian kepada masyarakat “Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) UMKM Serbuk Minuman Herbal di Desa Modong Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo”. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada LPPM UMAHA yang telah mensupport kegiatan PkM ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anton, A., Nurlela, S., Situmorang, C. A., & Alfarizy, V. F. (2023). Pelatihan Penggunaan Website dan SEO Untuk Meningkatkan Pengunjung Website UMKM. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 59–64.
- Cahyono, N. (2024). Peningkatan Digital Marketing dengan Memanfaatkan SEO dan Google Ads. *RESPINARIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 27–32.
- Kenali, E. W., Berliana, D., Maulida, D., & Humaidi, E. (2021). PENINGKATAN OMZET PENJUALAN KOPI ORGANIK KELOMPOK TANI AMPERA DESA SINDANG PAGAR KECAMATAN SUMBER JAYA LAMPUNG BARAT. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 2(1), 11–16.
- Mangku, D. G. S., & Yuliantini, N. P. R. (2022). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3), 1–24.

- Ngibad, K., Sembilu, N., Setiawan, S., & Putri, I. S. (2021). PENDAMPINGAN PEMASARAN ONLINE DI UD. MADANI MAKMUR SIDOARJO. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 5(2), 209–218.
- Ngibad, K., Sembilu, N., & Ula, K. (2021). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DALAM PEMASARAN PRODUK SIRUP MARKISA MELALUI INTERNET MARKETING. *AMALIAH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(1), 32–39.
- Ningrum, A. A., Ansari, R., & Suryana, Y. (2023). Pengenalan Teknik SEO Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Toko Online Pada Pengrajin Kain Sasirangan. *Jurnal Pengabdian Teknologi Kepada Masyarakat*, 1(2), 69–74.