

## DIGITALISASI USAHA KECIL MELALUI *WEBSITE* UMKM SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS JARINGAN (STUDI KASUS PADA KWT AZALEA FARM BOYOLALI)

Donna Setiawati<sup>1</sup>, Ari Wahyono<sup>2</sup>, Yunita Niqrisah Dwi Pratiwi<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Boyolali

<sup>3</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Boyolali

Jl. Pandanaran No. 405, Boyolali – Jawa Tengah, Indonesia

Email: <sup>1</sup>donna.setiawati@gmail.com, <sup>2</sup>namaku.ariwahyono@gmail.com, <sup>3</sup>iblock.semarang@gmail.com

### ABSTRAK

KWT Azalea Farm menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas usahanya di era digital. Dengan semakin banyak konsumen yang mencari informasi secara *online*, pembuatan *website* menjadi langkah strategis untuk menarik perhatian pelanggan dan membangun kredibilitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengalaman KWT Azalea Farm dalam hal digitalisasi dan penggunaan *website*, serta mengevaluasi dampaknya terhadap pemasaran dan jaringan usaha. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pimpinan KWT Azalea Farm. Daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dirancang untuk menggali pandangan dan pengalaman pimpinan mengenai proses pembuatan *website*, tantangan yang dihadapi, serta hasil yang diperoleh setelah peluncuran *website*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* telah meningkatkan visibilitas Azalea Farm secara signifikan, menarik pengunjung dari luar kota dan memperluas jangkauan pasar. Pembaruan rutin informasi mengenai produk dan kegiatan telah meningkatkan keterlibatan pelanggan. Selain itu, umpan balik dari pengunjung membantu dalam pengembangan konten dan strategi pemasaran. Meskipun ada tantangan dalam penguasaan keterampilan teknis untuk mengoperasikan *website*, pelatihan yang dilakukan telah membantu pengelola Azalea Farm untuk lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi baru. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *website* sebagai alat pemasaran digital dapat memberikan dampak positif bagi UMKM seperti KWT Azalea Farm. Dengan strategi pengelolaan yang baik, termasuk pelatihan berkelanjutan dan pembaruan konten yang rutin, Azalea Farm dapat meningkatkan kredibilitas, membangun komunitas, dan mencapai tujuan bisnis yang lebih luas. Penelitian ini juga menyarankan perlunya integrasi antara *website* dan saluran pemasaran digital lainnya untuk memaksimalkan hasil.

Kata kunci: Digitalisasi, Jaringan Pemasaran, KWT Azalea Farm, *Website*, UMKM

### ABSTRACT

*KWT Azalea Farm faces challenges in expanding its market reach and increasing its business visibility in the digital era. With more and more consumers searching for information online, creating a website has become a strategic step to attract customers and build credibility. This study aims to explore KWT Azalea Farm's experience regarding digitalization and website use, and to evaluate its impact on marketing and business networks. The method used in this study was an in-depth interview with the leaders of KWT Azalea Farm. A list of questions that had been prepared in advance was designed to explore the views and experiences of the leaders regarding the website creation process, the challenges faced, and the results obtained after the website was launched. The results of the study showed that the website has significantly increased Azalea Farm's visibility, attracted visitors from outside the city and expanded its market reach. Regular updates of information about products and activities have increased customer engagement. In addition, feedback from visitors helps in the development of content and marketing strategies. Although there are challenges in mastering the technical skills to operate the website, the training provided has helped members to be more confident in using new technologies. The implications of this study indicate that the use of websites as a digital marketing tool can have a positive impact on MSMEs such as KWT Azalea Farm. With a good management strategy, including ongoing training and regular content updates, KWT can increase credibility, build community, and achieve broader business goals. The study also suggests the need for integration between the website and other digital marketing channels to maximize results.*

Keywords: Digitalization, Marketing Network, KWT Azalea Farm, *Website*, MSMEs



## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat krusial dalam ekonomi Indonesia. Beberapa aspek yang dapat menjelaskan kontribusi UMKM terhadap ekonomi negara Indonesia yaitu UMKM berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebanyak lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia yang artinya dapat memberikan pekerjaan bagi jutaan orang. Dengan menyediakan lapangan kerja, UMKM berkontribusi dalam menurunkan tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat [1], [2]. UMKM berfungsi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, dengan kontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, berperan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi. Selain itu, UMKM seringkali menjadi sumber inovasi, menciptakan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar [3]. UMKM berperan dalam pengembangan ekonomi lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat di daerah. Dengan mendirikan usaha di berbagai daerah, UMKM membantu mengurangi ketimpangan ekonomi antara daerah urban dan rural. Masih ada lagi kontribusi UMKM seperti berkontribusi pada diversifikasi produk dan layanan, mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor besar. Dengan banyaknya usaha kecil, perekonomian menjadi lebih stabil dan tahan terhadap guncangan ekonomi. UMKM memberikan peluang bagi individu untuk meningkatkan pendapatannya, yang berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup. UMKM sering kali menjadi tempat pembelajaran keterampilan bagi angkatan kerja, mempersiapkan untuk tantangan di pasar kerja. Kontribusi yang lebih besar lagi yaitu terhadap Ekspor. Beberapa UMKM berhasil menembus pasar internasional, meningkatkan ekspor produk Indonesia. UMKM berperan dalam mempromosikan produk lokal dan budaya Indonesia ke pasar global. Dalam sektor keuangan, UMKM mendorong perkembangan lembaga keuangan mikro dan inklusi keuangan, memberikan akses pembiayaan bagi pelaku usaha kecil. Dengan adanya UMKM, masyarakat lebih sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi [4], [5].

UMKM memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia melalui kontribusinya terhadap penyediaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pengembangan ekonomi lokal. Dengan adanya dukungan yang tepat dari pemerintah dan masyarakat, potensi UMKM dapat dioptimalkan, sehingga memberikan dampak positif yang lebih signifikan bagi perekonomian nasional.

Pemerintah Indonesia telah mengambil berbagai langkah untuk mendukung pengembangan UMKM melalui kebijakan, program, dan inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan sektor ini. Salah satu upaya pemerintah dalam mendukung UMKM adalah melalui peningkatan akses pasar dengan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI). Inisiatif ini bertujuan untuk mempromosikan produk lokal Indonesia dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap potensi serta kualitas produk dalam negeri. Langkah ini didorong oleh keinginan Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar global [6]. Selain itu, program ini mendorong pelaku UMKM untuk memasarkan produk lokal dan meningkatkan branding produk Indonesia di pasar domestik dan internasional [7]. Pemerintah juga mendorong UMKM untuk memanfaatkan platform digital dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasarnya.

UMKM menjadi salah satu fokus utama dalam strategi pengembangan ekonomi di Indonesia. Dengan kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, digitalisasi memberikan berbagai peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing. Salah satu keuntungan utama dari digitalisasi adalah kemampuan untuk mengakses pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan situs web dan platform e-commerce, UMKM dapat memasarkan produknya tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di tingkat nasional dan internasional. Sebuah studi oleh McKinsey & Company menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital bisa meningkatkan pendapatannya sebesar 20% hingga 30% lebih cepat dibandingkan yang tidak melakukannya [8].

Digitalisasi juga membantu dalam pengelolaan operasional yang lebih efisien. Penggunaan perangkat lunak untuk akuntansi, manajemen inventaris, dan sistem pemesanan online memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan proses bisnis. Dengan demikian, pelaku usaha dapat mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas, memungkinkan UMKM untuk berfokus pada inovasi produk dan layanan [9]. Digitalisasi UMKM adalah langkah krusial untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era modern. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jaringan dan daya saingnya. Dukungan dari pemerintah, lembaga pendukung, dan komunitas bisnis sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku usaha kecil dapat bertransisi dengan sukses ke dunia digital dan meraih keberhasilan yang lebih besar.

Digitalisasi bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang mempersiapkan UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Digitalisasi melibatkan perubahan dalam cara UMKM menjalankan bisnis, bukan hanya sekadar mengadopsi alat atau perangkat teknologi. Ini mencakup perubahan dalam proses, strategi, dan budaya organisasi. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar, sehingga UMKM dapat menyesuaikan produk dan layanan dengan kebutuhan pasar. Selain itu dengan digitalisasi, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya. Ini tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi, tetapi juga pengembangan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi secara efektif serta digitalisasi memungkinkan UMKM untuk lebih memahami pelanggan mereka melalui analisis data dan interaksi yang lebih baik. Ini membantu dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, yang pada gilirannya mendorong loyalitas dan penjualan [10].

Kelompok Wanita Tani (KWT) Azalea Farm yang beralamat di RT 03 RW 04, Dukuh Kebon Bimo, Boyolali mempunyai lahan seluas 1500 m<sup>2</sup> yang berpotensi menjadi edu-agrowisata. Potensi yang dimiliki KWT Azalea Farm saat ini adalah *bredding* kambing dan penggemukan domba, kandang kelinci, instalasi hidroponik dan kolam lele serta ikan. KWT Azalea Farm mempunyai lahan hidroponik yang telah berhasil ditanami dan dipanen beberapa jenis sayuran antara lain: kangkung (*ipomea reptana*), bayam brazil (*Altehernathera sissoo*), sawi caisim (*brassica chinensis*), dan sawi sendok atau pokcoy (*brassica rapa*). KWT Azalea Farm melalui pemberdayaan anggotanya yaitu ibu-ibu warga sekitar berhasil mengolah hasil pertanian hidroponik menjadi beberapa olahan antara lain: Juice sayur, Es krim sayur, Keripik sayur dan Stick sayur. Selain itu juga kegiatan yang sudah dilakukan seperti pembuatan pupuk hidroponik atau pupuk AB Mix dan pengolahan limbah pertanian hidroponik. KWT Azalea Farm telah memiliki *website* sebagai upaya perluasan jaringan dengan alamat linknya <https://azaleafarm.id/>. Tampilan seperti Gambar 1.



Gambar 1. Halaman *Website* Azalea Farm

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah “Sejauh mana penggunaan website telah mempengaruhi jangkauan pasar KWT Azalea Farm, dan bagaimana dampaknya terhadap keberlanjutan usaha?”. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi strategis bagi KWT Azalea Farm dalam memaksimalkan penggunaan *website* untuk keberlanjutan.

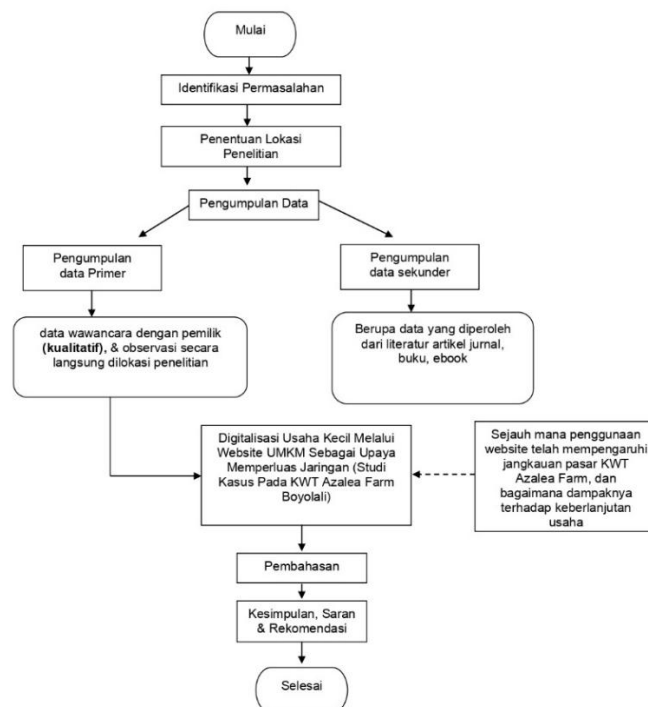
## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi kasus pada KWT Azalea Farm, yang telah menerapkan website sebagai sarana pemasaran dan komunikasi. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk menganalisis konteks spesifik dan dinamika yang terjadi dalam usaha ini, serta bagaimana website berkontribusi pada jangkauan pasar dan keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami pengaruh penggunaan website terhadap jangkauan pasar Kelompok Wanita Tani (KWT) Azalea Farm, serta dampaknya terhadap keberlanjutan usaha. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam mengenai pengalaman dan pandangan pelaku usaha terkait digitalisasi melalui *website* [11].

Partisipan penelitian ini adalah pimpinan KWT Azalea Farm yang mana sebagai pengelola sekaligus yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Partisipan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yang melibatkan individu-individu yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan website dan keterlibatan dalam kegiatan usaha dipilih untuk memberikan informasi yang relevan [12].

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara melakukan wawancara mendalam. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pimpinan KWT Azalea Farm untuk menggali motivasi, tantangan, dan hasil yang diperoleh dari penggunaan *website*. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang pengalamannya. Selain itu juga melakukan observasi partisipatif yaitu observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui website dan media sosial. Observasi ini memberikan konteks tambahan yang penting untuk memahami bagaimana website digunakan dalam praktik sehari-hari. Selanjutnya mengumpulkan dokumen terkait, seperti laporan penjualan, konten *website*, dan umpan balik dari pelanggan. Dokumentasi ini akan membantu dalam menganalisis efektivitas *website* dalam mencapai tujuan pemasaran dan keberlanjutan.

Data yang dikumpulkan dari wawancara dan observasi akan dianalisis dengan metode analisis tematik, yang merupakan pendekatan dalam analisis data kualitatif untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema yang ada dalam data. Metode ini sangat berguna untuk memahami makna di balik informasi yang dikumpulkan melalui wawancara, diskusi kelompok, atau sumber data kualitatif lainnya [13]. Proses ini melibatkan pengkodean data untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul, yang terkait dengan pengaruh website terhadap jangkauan pasar dan keberlanjutan usaha. Analisis ini bertujuan untuk merangkum temuan yang relevan dan memberikan rekomendasi strategis bagi KWT Azalea Farm. Untuk menjamin validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, yaitu wawancara dan observasi. Alur penelitian seperti Gambar 2.



Gambar 2. Alur Penelitian



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan wawancara secara mendalam dengan pimpinan KWT Azalea Farm. Daftar pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu dengan membuat beberapa pertanyaan untuk mengetahui dan menggali pengalaman KWT Azalea Farm terkait digitalisasi dan penggunaan *website*. Motivasi KWT Azalea Farm memutuskan untuk membuat *website* adalah agar Azalea Farm lebih dikenal di masyarakat luas. Dengan adanya *website*, Azalea Farm dapat meningkatkan visibilitasnya di dunia digital. Banyak konsumen saat ini mencari informasi secara online sebelum memutuskan untuk membeli produk. *Website* berfungsi sebagai etalase digital yang memungkinkan usaha ini untuk tampil di hadapan audiens yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional. Sehingga hal ini memungkinkan Azalea Farm untuk menjangkau pelanggan di luar wilayah geografis yang biasanya dilayani. Dengan memasarkan produk secara *online*, KWT Azalea Farm dapat menarik minat pelanggan dari daerah yang lebih jauh, bahkan dari seluruh Indonesia, yang sebelumnya mungkin tidak memiliki akses langsung ke produk Azalea Farm. Hasil penelitian terdahulu menyatakan *website* mampu mempengaruhi kinerja UMKM sebesar 18,9%. Walaupun terlihat pengaruhnya kecil dan tidak signifikan namun *website* tetap memberikan manfaat dalam mengenalkan UMKM lebih luas lagi [14]. Tampilan *website* Azalea Farm seperti Gambar 1.

Keberadaan *website* yang profesional dapat meningkatkan kredibilitas KWT Azalea Farm. Pelanggan cenderung lebih percaya kepada usaha yang memiliki online presence yang baik. *Website* dapat menampilkan informasi tentang produk, testimoni pelanggan, dan nilai-nilai usaha, sehingga memberikan kesan positif kepada calon pelanggan. Begitupun dengan adanya *website* memungkinkan Azalea Farm untuk menyampaikan informasi mengenai produk, layanan, dan kegiatan yang dilakukan secara efektif. Dengan menyediakan konten yang informatif, seperti deskripsi produk, artikel blog, dan berita terkini, dapat mendidik pelanggan serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan *website*, KWT Azalea Farm dapat terintegrasi dengan strategi pemasaran digital lainnya, seperti media sosial, email marketing, dan iklan online. Ini memungkinkan Azalea Farm untuk mempromosikan produk dengan cara yang lebih terarah dan efisien, serta menjangkau audiens yang lebih besar. Akhirnya, dengan meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak pelanggan, tujuan utama dari pembuatan *website* adalah untuk meningkatkan penjualan. Dengan lebih banyak orang yang mengetahui dan tertarik dengan produk Azalea Farm, peluang untuk melakukan transaksi juga akan meningkat. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [15] menyatakan bahwa variabel kualitas *website* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas *website* adalah kombinasi dari desain yang menarik, konten yang relevan, kecepatan, fungsionalitas yang baik, serta keamanan yang memadai. Memastikan bahwa semua elemen ini terpenuhi akan meningkatkan pengalaman pengguna dan membantu mencapai tujuan bisnis, seperti memperluas jaringan dan meningkatkan penjualan. Desain yang menarik dan profesional dapat meningkatkan daya tarik pengunjung. Penggunaan warna, tipografi, dan gambar yang tepat sangat penting. Struktur navigasi yang jelas dan intuitif memudahkan pengunjung untuk menemukan informasi yang dicari. Menu yang terorganisir dan tautan yang mudah diakses sangat membantu. *Website* harus mampu beradaptasi dengan berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, dan smartphone. Desain yang responsif sangat penting untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Dalam membangun *website* tentunya tidak terlepas dari adanya tantangan yang dihadapi. Menurut pimpinan Azalea Farm:

*“ Sebagai hal yang baru, pasti harus melatih skill agar terbiasa menggunakan / mengoperasikan website ”*

Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa membangun dan mengelola *website* memerlukan keterampilan teknis tertentu, seperti pemahaman tentang platform *website*, desain web, dan sistem manajemen konten. Pimpinan menyatakan perlunya melatih keterampilan agar anggota KWT dapat mengoperasikan dan memanfaatkan *website* secara efektif. Tanpa pelatihan yang memadai, anggota mungkin merasa kesulitan dan kurang percaya diri dalam menggunakan teknologi baru ini. Perlunya adaptasi karena digitalisasi merupakan perubahan signifikan bagi banyak UMKM yang sebelumnya lebih berfokus pada metode pemasaran tradisional. Proses beradaptasi dengan teknologi baru dapat menimbulkan rasa cemas atau ketidakpastian di kalangan anggota. Melatih keterampilan tidak hanya membantu dalam operasional *website*, tetapi juga mendukung untuk lebih menerima dan beradaptasi dengan perubahan ini. Pelatihan membantu anggota memahami berbagai platform dan alat yang digunakan untuk mengelola *website*, seperti sistem manajemen konten (CMS), analisis data, dan SEO (*Search Engine*

*Optimization*). Dengan keterampilan tersebut sehingga akan dapat melakukan pembaruan, penyesuaian, dan perbaikan dengan lebih percaya diri. Selain itu, adanya ketrampilan tersebut akan lebih mampu memanfaatkan fitur-fitur yang ada di website, seperti formulir kontak, sistem pemesanan, atau integrasi media sosial, sehingga dapat meningkatkan fungsionalitas *website* [16].

Sejak memiliki *website*, adanya perubahan yang dirasakan dalam pemasaran produk Azalea Farm yaitu banyak pengunjung dari luar kota. Dalam memanfaatkan *website* untuk strategi pemasaran, pimpinan Azalea Farm menyatakan:

*“Selalu update kegiatan yang ada di Azalea Farm”*

Hal tersebut mencerminkan bahwa dengan secara rutin memperbarui informasi mengenai kegiatan di Azalea Farm, seperti acara, promosi, atau produk baru, pelanggan akan merasa lebih terlibat dan terhubung dengan usaha. Keterlibatan ini penting karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pelanggan untuk kembali mengunjungi website atau berinteraksi dengan usaha. Memperbarui website dengan informasi terkini menunjukkan bahwa Azalea Farm adalah usaha yang aktif dan dinamis. Pelanggan cenderung lebih tertarik pada usaha yang menunjukkan perkembangan dan inovasi. Ini juga menciptakan kesan positif bahwa Azalea Farm selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Konten yang selalu diperbarui dapat membantu meningkatkan peringkat website di mesin pencari (SEO). Mesin pencari seperti Google cenderung lebih menyukai konten baru dan relevan. Dengan memperbarui informasi secara rutin, Azalea Farm dapat meningkatkan peluang untuk muncul di hasil pencarian, sehingga menarik lebih banyak trafik ke *website*. Hal ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas desain *website* memiliki pengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh *e-trust*. Desain yang baik tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna dan persepsi profesionalisme, tetapi juga membangun kepercayaan yang diperlukan untuk mendorong pelanggan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, penting bagi pemilik usaha untuk fokus pada pengembangan kualitas desain *website* guna meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan [17].

Informasi terkini tentang kegiatan, seperti workshop, acara komunitas, atau penawaran khusus, memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Pelanggan dapat mengetahui apa yang sedang terjadi di Azalea Farm dan bagaimana pelanggan dapat berpartisipasi atau memanfaatkan penawaran tersebut. Ini juga membantu menciptakan komunikasi dua arah, di mana pelanggan merasa didengarkan dan dihargai. Dengan *update* kegiatan secara reguler, Azalea Farm dapat membangun komunitas di sekitar usahanya. Pelanggan yang merasa menjadi bagian dari komunitas cenderung lebih loyal dan merekomendasikan produk kepada orang lain, yang bisa menjadi bentuk pemasaran dari mulut ke mulut yang efektif [18]. Memperbarui informasi secara teratur menunjukkan transparansi dalam operasional usaha. Pelanggan lebih cenderung mempercayai usaha yang terbuka tentang kegiatan dan perkembangannya. Ini dapat meningkatkan reputasi dan citra positif Azalea Farm di mata pelanggan. Fitur di *website* yang paling membantu dalam menjalankan usaha Azalea Farm adalah informasi produk.

Fitur informasi produk di website KWT Azalea Farm adalah elemen krusial yang berperan dalam menjalankan usaha dengan efektif. Berikut adalah beberapa alasan mengapa fitur ini sangat membantu [19]: 1). Menyediakan Informasi yang Jelas dan Lengkap yang berisi deskripsi produk, spesifikasi dan harga. Informasi detail mengenai produk, termasuk fitur, manfaat, dan cara penggunaan, membantu pelanggan memahami apa yang ditawarkan. Deskripsi yang jelas dapat mengurangi kebingungan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menyediakan spesifikasi teknis dan harga produk membantu pelanggan membuat keputusan yang tepat dan cepat. Ini juga mengurangi pertanyaan yang mungkin diajukan kepada tim penjualan. 2). Meningkatkan Keputusan Pembelian karena visual yang menarik dan testimoni dan ulasan. Gambar produk berkualitas tinggi dan video demonstrasi dapat menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan minat beli. Visual yang menarik juga membantu pelanggan membayangkan penggunaan produk dalam kehidupannya. Menampilkan ulasan atau testimoni dari pelanggan lain dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk dan merek. Pelanggan lebih cenderung membeli produk yang telah mendapatkan ulasan positif dari orang lain. 3). Meningkatkan Pengalaman Pengguna karena Navigasi yang Mudah dan pencarian yang efektif. Dengan fitur informasi produk yang terorganisir dengan baik, pengunjung dapat dengan mudah menemukan produk yang dicari. Ini menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan efisien. Menyediakan fitur pencarian yang memungkinkan pelanggan untuk menemukan produk berdasarkan kategori, nama, atau atribut lainnya dapat mempercepat proses pencarian. 4). Mendukung Strategi Pemasaran. Konten informasi

produk yang dioptimalkan untuk mesin pencari dapat meningkatkan visibilitas *website* di hasil pencarian. Ini membantu menarik lebih banyak pengunjung yang tertarik dengan produk yang ditawarkan. Fitur ini memungkinkan Azalea Farm untuk menampilkan penawaran khusus, diskon, atau produk baru. Ini dapat mendorong pembelian impulsif dan meningkatkan penjualan. 5). Membangun Hubungan dengan Pelanggan, Memberikan informasi yang berguna dan relevan tentang produk dapat membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ketika pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih, maka pelanggan cenderung kembali untuk berbelanja lagi. Fitur Interaksi dan Feedback juga memungkinkan pelanggan untuk memberikan umpan balik atau pertanyaan mengenai produk, yang dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan merek.

Fitur informasi produk di *website* Azalea Farm merupakan elemen vital yang mendukung operasional dan pemasaran usaha. Dengan menyediakan informasi yang jelas, menarik, dan mudah diakses, Azalea Farm dapat meningkatkan pengalaman pengguna, mendukung keputusan pembelian, dan membangun kepercayaan pelanggan. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Azalea Farm mengukur keberhasilan *website* dalam meningkatkan jaringan dan pemasaran yaitu dilihat dari trend pengunjung yang datang. Pengukuran keberhasilan *website* Azalea Farm melalui tren pengunjung adalah metode yang komprehensif untuk menilai dampak digitalisasi terhadap jaringan dan pemasaran [20]. Dengan memahami pola pengunjung, Azalea Farm dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam strategi pemasaran, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan mengoptimalkan performa website secara keseluruhan. Dengan memantau jumlah pengunjung, Azalea Farm dapat memahami seberapa banyak orang yang tertarik dengan produk dan informasi yang ditawarkan. Peningkatan jumlah pengunjung dapat mengindikasikan bahwa upaya pemasaran, seperti promosi di media sosial atau konten yang diperbarui, berhasil menarik perhatian audiens. Selain itu dengan melihat tren pengunjung, Azalea Farm dapat menganalisis dari mana pengunjung tersebut berasal. Apakah pelanggan datang melalui mesin pencari, media sosial, atau referensi dari situs lain? Informasi ini membantu Azalea Farm untuk menilai efektivitas berbagai saluran pemasaran dan memfokuskan upaya pada saluran yang paling berhasil.

Umpan balik dari pelanggan mengenai bagaimana *website* yang dikunjungi sangat penting. Umpan balik dari pengunjung memainkan peran krusial dalam pengelolaan website Azalea Farm. Dengan mendengarkan dan merespons umpan balik, Azalea Farm dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam pengembangan konten, peningkatan pengalaman pengguna, serta penyempurnaan strategi pemasaran. Umpan balik dari pengunjung dapat memberikan wawasan tentang konten yang disukai atau tidak disukai. Jika banyak pengunjung menyatakan bahwa pengunjung mencari informasi tertentu tetapi tidak menemukannya, Azalea Farm dapat menambah atau memperbaiki konten yang ada. Ini membantu memastikan bahwa *website* selalu relevan dan memenuhi kebutuhan audiens. Hal ini tidak hanya meningkatkan performa website tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mendukung keberlanjutan usaha.

Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa ketika performa *website* ditingkatkan, seperti waktu muat yang lebih cepat dan responsif di berbagai perangkat, pengunjung akan mendapatkan pengalaman yang lebih baik. Hal ini mengurangi tingkat pengunduran diri dan meningkatkan jumlah pengunjung yang berinteraksi dengan konten. Performa yang baik juga mencakup navigasi yang intuitif. Jika pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang dicari, pengguna lebih cenderung untuk menjelajahi lebih banyak halaman dan produk. Pengalaman pengguna yang positif berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Ketika pelanggan merasa nyaman dan puas saat mengunjungi *website*, maka pelanggan lebih mungkin untuk kembali dan bertransaksi lebih lanjut. Keberlanjutan usaha akan semakin baik karena loyalitas pelanggan meningkat. Ketika pelanggan memiliki pengalaman yang baik dan merasa terhubung dengan merek, maka cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Loyalitas ini penting untuk keberlanjutan usaha, karena pelanggan yang kembali berbelanja mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru. Performanya yang baik membantu membangun reputasi positif di pasar. Pelanggan yang puas akan merekomendasikan usaha kepada orang lain, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan baru dan memperluas pasar. *Website* yang berkinerja baik memberikan data analitik yang berharga, yang dapat digunakan untuk memahami perilaku pelanggan dan mengidentifikasi tren pasar. Informasi ini mendukung usaha untuk beradaptasi dengan perubahan dan merencanakan strategi pertumbuhan yang lebih efektif.

#### 4. SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa KWT Azalea Farm mengambil langkah strategis dalam menghadapi era digital dengan membangun *website* sebagai alat pemasaran. Motivasi utama dari pembuatan *website* adalah untuk meningkatkan visibilitas Azalea Farm dimasyarakat luas, memungkinkan usaha ini menjangkau pelanggan di luar wilayah geografis yang biasanya dilayani. Dengan adanya *website*, Azalea Farm dapat berfungsi sebagai etalase digital yang menarik perhatian konsumen, meningkatkan kredibilitas, dan menyampaikan informasi produk serta kegiatan secara efektif. Namun, proses digitalisasi ini juga menghadapi tantangan, terutama dalam hal keterampilan teknis yang diperlukan untuk mengelola *website*. Pimpinan KWT menekankan pentingnya pelatihan bagi anggota agar dapat mengoperasikan dan memanfaatkan *website* dengan percaya diri. Selain itu, pembaruan rutin mengenai kegiatan dan informasi di *website* tidak hanya meningkatkan keterlibatan pelanggan, tetapi juga membantu membangun citra positif dan transparansi usaha. Pengukuran keberhasilan *website* dilakukan melalui analisis tren pengunjung, yang memberikan wawasan tentang efektivitas strategi pemasaran dan perilaku konsumen. Umpan balik dari pelanggan menjadi komponen penting dalam pengelolaan *website*, memungkinkan Azalea Farm untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan agar konten tetap relevan dan memenuhi kebutuhan audiens. Secara keseluruhan, penggunaan *website* oleh KWT Azalea Farm tidak hanya berkontribusi pada peningkatan jaringan dan pemasaran, tetapi juga memberikan dasar yang kuat untuk keberlanjutan usaha di masa depan. Dengan terus beradaptasi dan merespons umpan balik pelanggan, Azalea Farm dapat mengoptimalkan potensi digitalisasi untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih luas.

Saran yang dapat diberikan adalah mengadakan pelatihan rutin untuk anggota KWT agar terus mengasah keterampilan dalam mengoperasikan dan mengelola *website*. Pelatihan ini dapat mencakup aspek teknis serta strategi pemasaran digital. Memperbanyak konten yang informatif dan menarik, seperti artikel blog, video, dan tutorial terkait produk yang ditawarkan. Konten yang beragam akan menarik perhatian lebih banyak pengunjung dan meningkatkan interaksi di *website*. Menerapkan fitur interaktif di *website*, seperti forum diskusi, sesi tanya jawab, atau *survey*. Ini akan membantu membangun komunitas yang lebih solid dan memberikan suara kepada pelanggan. Melakukan audit SEO secara berkala untuk memastikan konten *website* tetap relevan dan mudah ditemukan di mesin pencari. Gunakan kata kunci yang tepat dan optimalkan deskripsi produk untuk menarik lebih banyak trafik. Menggunakan alat analisis web untuk secara rutin memantau tren pengunjung. Memahami dari mana pengunjung berasal dan konten apa yang paling menarik dapat membantu dalam penyesuaian strategi pemasaran. Menetapkan jadwal rutin untuk memperbarui konten dan informasi mengenai kegiatan, produk baru, dan promosi. Hal ini tidak hanya menjaga *website* tetap segar, tetapi juga menunjukkan bahwa Azalea Farm adalah usaha yang aktif. Secara aktif meminta umpan balik dari pengunjung mengenai pengalamannya di *website*. Gunakan umpan balik ini untuk melakukan perbaikan dan menyesuaikan konten serta fitur yang ada. Meningkatkan keterhubungan antara *website* dan platform media sosial. Memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan konten *website* dan mengarahkan pengunjung kembali ke situs dapat meningkatkan eksposur dan interaksi. Mengembangkan kampanye pemasaran digital yang terintegrasi, termasuk email marketing dan iklan online. Ini dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Secara terbuka menyampaikan informasi mengenai kegiatan, nilai-nilai usaha, dan testimoni pelanggan di *website*. Transparansi ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, "UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia," *Ekon.Go.Id*, 2021. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia> (accessed Nov. 11, 2024).
- [2] N. Hartika, I. E. Jumiati, L. M. Damarwulan, A. Sudrajat, W. Widyawati, and R. Rudiansyah, "Upaya Mengurangi Pengangguran Melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Banten," *Sawala J. Adm. Negara*, vol. 11, no. 1, pp. 42–53, Jun. 2023, doi: 10.30656/sawala.v11i1.5901.
- [3] S. Sarfiah, H. Atmaja, and D. Verawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *J. REP (Riset Ekon. Pembangunan)*, vol. 4, no. 2, pp. 1–189, Oct. 2019, doi: 10.31002/rep.v4i2.1952.
- [4] D. Teruna and T. Ardiansyah, "Pola Kredit Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kelompok





- Bank dan Fintech di Indonesia,” *J. Pendidik. dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 1, pp. 145–167, Jul. 2021, doi: 10.47668/pkwu.v9i1.189.
- [5] Y. N. D. S. Dwi Pratiwi, “Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelola Bisnis Kuliner (Studi Kasus Rumah Makan Ndalem Limasan Boyolali),” *Intelektiva J. Ekon. Sos. DAN Hum.*, vol. 4, no. 10, pp. 117–122, 2023, [Online]. Available: <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/980>.
- [6] Kemendikbudristek, “Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI): Memajukan Produk Lokal dan Meningkatkan Kepercayaan Diri Bangsa,” <https://itjen.kemdikbud.go.id/>, 2023. <https://itjen.kemdikbud.go.id/web/gerakan-nasional-bangga-buatan-indonesia-gernas-bbi-memajukan-produk-lokal-dan-meningkatkan-kepercayaan-diri-bangsa/> (accessed Nov. 11, 2024).
- [7] A. Maharani and A. D. Nurlukman, “Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Melalui Sosial Media dan E-Commerce di Kota Tangerang,” *Sebatik*, vol. 27, no. 1, pp. 333–343, Jun. 2023, doi: 10.46984/sebatik.v27i1.2160.
- [8] Yuli Setiawan, “Digitalisasi UMKM Melalui E-Commerce Sebagai Peningkatan Pendapatan Nasional,” *J. Manaj.*, vol. 7, no. 2, pp. 76–83, Feb. 2023, doi: 10.54964/manajemen.v7i2.250.
- [9] D. Juwita and A. N. Handayani, “Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0,” *J. Inov. Teknol. dan Edukasi Tek.*, vol. 2, no. 5, pp. 249–255, May 2022, doi: 10.17977/um068v2i52022p249-255.
- [10] A. Hajawiyah, B. Hidayat, and A. Widyastuti, “Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19,” *J. Abdimas*, vol. 26, no. 2, pp. 154–159, Dec. 2022, doi: 10.15294/abdimas.v26i2.39331.
- [11] B. G. Agazu, A. K. Dejenu, and K. L. Debela, “A Comparative Review of Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation,” *Qual. Rep.*, Aug. 2022, doi: 10.46743/2160-3715/2022.5748.
- [12] E. Prasetyo and F. Farida, “Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM,” *Natl. Multidiscip. Sci.*, vol. 1, no. 3, pp. 370–383, May 2022, doi: 10.32528/nms.v1i3.102.
- [13] Yuli A. Rozali, “Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik,” *Pengguna. Anal. Konten dan Anal. Temat. Forum Ilm.*, vol. 19, no. 01, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/article/view/5070>.
- [14] R. Rusdi, A. Armiani, and I. M. Murjana, “Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah,” *Kompeten J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 169–177, Jan. 2023, doi: 10.57141/kompeten.v1i4.24.
- [15] S. Solihin and S. Zuhdi, “Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online,” *J. Inform. Kesatuan*, vol. 1, no. 1, pp. 13–22, Aug. 2021, doi: 10.37641/jikes.v1i1.403.
- [16] L. Lyna and S. I. Prasetyo, “Pengaruh Website Quality, Customer Experience, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta,” *INVEST J. Inov. Bisnis dan Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 53–63, May 2021, doi: 10.55583/invest.v2i1.133.
- [17] D. S. . Wuisan, D. Candra, M. A. Tanaya, V. Natalia, and I. Bernarto, “Pengaruh Website Design Quality dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi,” *Comput. J. Comput. Sci. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 1, p. 55, Jul. 2020, doi: 10.24912/computatio.v4i1.7748.
- [18] A. Nurofik and P. P. Wiana, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,” *J. Pustaka Manaj. (Pusat Akses Kaji. Manajemen)*, vol. 2, no. 1, pp. 55–59, Jun. 2022, doi: 10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.211.
- [19] D. Agustina, “Fitur Social Commerce Dalam Website E-Commerce Di Indonesia,” *Inform. Mulawarman J. Ilm. Ilmu Komput.*, vol. 12, no. 1, p. 25, Feb. 2017, doi: 10.30872/jim.v12i1.219.
- [20] E. Susanti, Anuar Rasyid, and Nurjanah, “Analisis Usability Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Website,” *J. Gema Pustak.*, vol. 9, no. 1, pp. 26–37, Jul. 2021, doi: 10.31258/jgp.9.1.26-37.