



PKM Digitalisasi Informasi Produk UMKM Melalui Platform Blogger: Solusi Promosi Gratis, Praktis, dan Berkelanjutan

Tri Ika Jaya Kusumawati

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Agus Umar Hamdani

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Ravindra Safitra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

Alamat: Jl. Ciledug Raya Petungkana Utara Pesanggrahan Jakarta Selatan

Korespondensi penulis: tri.ikajaya@budiluhur.ac.id

Abstrak. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk membantu digitalisasi informasi produk pada UMKM Dapur Kalysa melalui pemanfaatan platform Blogger sebagai media promosi daring. Sebelum kegiatan dilakukan, mitra hanya mengandalkan status WhatsApp untuk menyampaikan informasi produk kepada pelanggan. Hal ini menyebabkan proses komunikasi yang tidak efisien karena mitra harus menjawab pertanyaan serupa secara berulang, seperti bahan baku yang digunakan, durasi pembuatan, hingga harga dan ketentuan pemesanan. Melalui kegiatan ini, tim PKM memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra untuk membuat serta mengelola blog sederhana yang menampilkan informasi produk secara lengkap dan terstruktur. Blogger dipilih sebagai solusi karena sifatnya yang gratis, mudah digunakan, tidak memerlukan pengaturan teknis yang kompleks seperti halnya WordPress, serta memungkinkan mitra untuk secara mandiri memperbarui konten sewaktu-waktu. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu membuat dan mengoperasikan blog untuk menampilkan katalog produk, informasi pemesanan, dan testimoni pelanggan. Digitalisasi ini tidak hanya mengurangi beban komunikasi berulang, tetapi juga meningkatkan profesionalitas dan jangkauan promosi produk secara daring. Blogger terbukti menjadi alternatif praktis dan berkelanjutan bagi UMKM dalam membangun kehadiran digital tanpa menambah beban biaya.

Kata Kunci: PKM, UMKM, Blogger, digitalisasi informasi, promosi produk, solusi tanpa biaya

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam struktur ekonomi nasional, dengan kontribusi mencapai 61% terhadap Produk Domestik Bruto dan menyerap hingga 97% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024; Liputan6.com, 2024). Namun demikian, tantangan transformasi digital di sektor ini masih tinggi, terutama dalam pemanfaatan media informasi untuk komunikasi produk. Studi menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih bergantung pada promosi manual seperti WhatsApp atau media sosial pribadi, yang kurang efektif dan sulit didokumentasikan secara konsisten (Dailysocial.id, 2023; Yuliana & Kurniawati, 2022; Lestari, 2022).

Digitalisasi informasi produk menjadi kebutuhan mendesak karena konsumen menuntut akses cepat terhadap detail produk, harga, komposisi, hingga cara pemesanan (Prayogo & Anisa, 2022). Tanpa sistem informasi sederhana yang mudah dikelola, UMKM mengalami kesulitan dalam menjaga efisiensi komunikasi, meningkatkan

jangkauan pasar, dan membangun citra usaha yang profesional (Supriyanto & Endrawati, 2021; Haryanto & Ramadhani, 2023).

Permasalahan serupa ditemukan pada mitra kegiatan ini, UKM Dapur Kayla, yang bergerak di bidang makanan ringan dan sepenuhnya mengandalkan sistem *made by order*. Seluruh proses promosi masih dilakukan secara personal melalui WhatsApp, sehingga informasi produk tidak terstruktur, tidak terdokumentasi, dan sulit diakses pelanggan secara mandiri. Hal ini menimbulkan repetisi komunikasi yang menguras waktu serta kehilangan peluang pasar potensial.

Berbagai pendekatan telah digunakan dalam kegiatan PKM untuk membantu UMKM melakukan digitalisasi, mulai dari pengembangan website berbasis CMS seperti WordPress (Kusumawati & Safitra, 2024), pemanfaatan Google Sites (Lestari, 2022), hingga pelatihan pembuatan blog gratis sebagai katalog produk (Supriyanto & Endrawati, 2021). Meskipun efektif, beberapa platform tersebut tetap menyisakan tantangan dari sisi teknis dan finansial, terutama kebutuhan hosting, domain, dan pengelolaan sistem.

Pengalaman penulis dalam kegiatan PKM sebelumnya menunjukkan bahwa solusi digital harus disesuaikan dengan kapasitas dan kesiapan teknis mitra. Untuk itu, platform Blogger dipilih sebagai alternatif strategis karena gratis, minim perawatan, mudah digunakan, dan terintegrasi langsung dengan ekosistem Google. Blogger memungkinkan pelaku UMKM seperti Dapur Kayla untuk memiliki katalog digital profesional tanpa harus terbebani biaya operasional tambahan atau keahlian teknis yang tinggi (Wibowo, 2023; Prayogo & Anisa, 2022).

Kegiatan PKM ini secara umum mencakup dua fokus, yaitu digitalisasi informasi produk dan pengembangan produk *frozen*. Namun, artikel ini secara khusus membahas aspek digitalisasi informasi produk melalui Blogger, sebagai bentuk intervensi untuk membangun sistem komunikasi produk yang efisien, mandiri, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Juni 2025 yang bertempat di Jl. Aneka warga 2 no.75 Rt 002/007 Gaga, Larangan Tangerang. Mitra merupakan UMKM aneka makanan ringan.



Gambar 1. Kegiatan dan Produk Dapur Kalysa

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap kegiatan, serta tahap evaluasi dan monitoring. Setiap tahap dirancang untuk memastikan solusi digitalisasi informasi produk dapat diterapkan dengan baik oleh mitra. Alur pelaksanaan dijelaskan pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan PKM

1. Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap awal dilakukan melalui observasi dan diskusi langsung dengan mitra UKM untuk memahami kebutuhan mereka dalam menyampaikan informasi produk secara digital. Fokus identifikasi meliputi:

- Jenis produk yang dipasarkan (bolu, risol, dimsum, dll.),
- Informasi penting yang perlu dicantumkan di media digital (bahan, harga, kontak),
- Tingkat literasi digital mitra.

Hasil dari proses ini menjadi dasar dalam menentukan desain blog dan pendekatan pelatihan yang sesuai dengan kapasitas mitra.

2. Perancangan dan Pembuatan Blog

Setelah kebutuhan mitra terpetakan, tim pengabdian langsung melakukan perancangan konten dan struktur blog, kemudian membuat media digital menggunakan platform Blogger. Aktivitas ini mencakup:

- Penentuan nama dan alamat blog,
- Instalasi template visual yang sesuai dengan karakter produk,
- Pengisian awal konten blog berupa katalog produk dengan gambar, deskripsi, harga, serta informasi kontak (termasuk integrasi WhatsApp),
- Penyusunan struktur navigasi yang sederhana: Beranda, Produk, dan Kontak.

Platform Blogger dipilih karena mudah diakses, gratis, dan dapat langsung digunakan mitra tanpa keahlian teknis tinggi. Dengan pendekatan ini, mitra tidak dibebani untuk membangun sistem dari awal, melainkan langsung menerima blog yang siap digunakan.

3. Pelatihan Penggunaan dan Evaluasi Awal

Setelah blog selesai dibuat, tim memberikan pelatihan singkat kepada mitra untuk mengenalkan cara mengoperasikan dan memperbarui informasi di blog. Materi pelatihan mencakup:

- Menambahkan produk baru,
- Mengganti foto atau deskripsi,
- Menanggapi komentar atau pesan masuk dari pengunjung.

Pelatihan dilakukan secara langsung, dengan modul sederhana dan praktik langsung. Setelah pelatihan, tim melakukan evaluasi awal dengan cara:

- Observasi terhadap kemampuan mitra menggunakan blog,
- Monitoring interaksi pengguna di blog (kunjungan, komentar),
- Wawancara singkat mengenai kemudahan dan manfaat blog dalam aktivitas pemasaran.

Evaluasi ini memberikan umpan balik penting untuk penyempurnaan penggunaan blog ke depan dan potensi integrasi dengan platform digital lain.

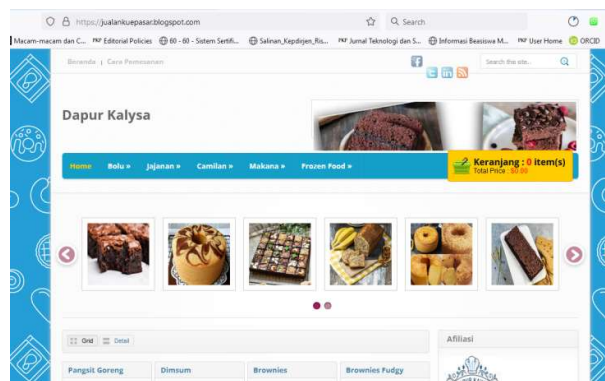
Detail kegiatan PKM ini dapat dilihat pada tabel 1, berikut ini :

Tabel 1. Kegiatan PKM

No	Mulai	Selesai	Alokasi Kegiatan
1	3-6-2025	4-6-2025	Observasi awal dan koordinasi dengan mitra
2	5-6-2025	6-6-2025	Identifikasi kebutuhan informasi dan struktur konten produk
3	7-6-2025	13-6-2025	Perancangan dan pembuatan blog menggunakan platform Blogger
4	14-6-2025	16-6-2025	Pengisian konten awal dan integrasi fitur pendukung
5	17-6-2025	19-6-2025	Pelatihan penggunaan blog kepada mitra
6	20-6-2025	1-7-2025	Pendampingan, monitoring, dan evaluasi awal penggunaan blog

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

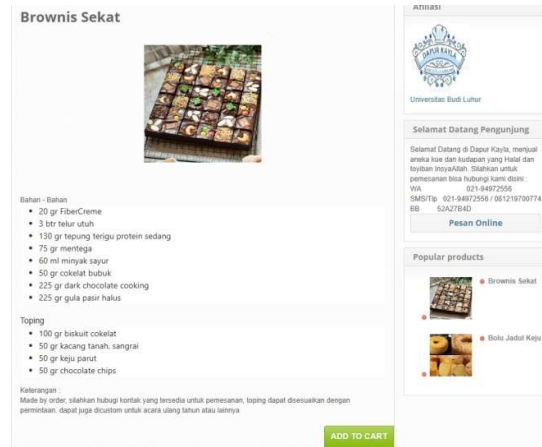
Berdasarkan tahapan kegiatan yang telah dilakukan maka dihasilkan sebuah blog dengan gambaran sebagai berikut :



Gambar 3. Tampilan awal Dapur Kalysa <https://jualankuepasar.blogspot.com/>

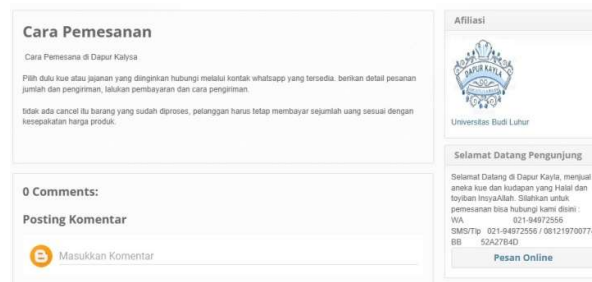
Alamat <https://jualankuepasar.blogspot.com/> dipilih agar dapat menjadi daya tarik dan sebagai trik untuk SEO.

***PKM Digitalisasi Informasi Produk UMKM Melalui Platform Blogger:
Solusi Promosi Gratis, Praktis, dan Berkelanjutan***



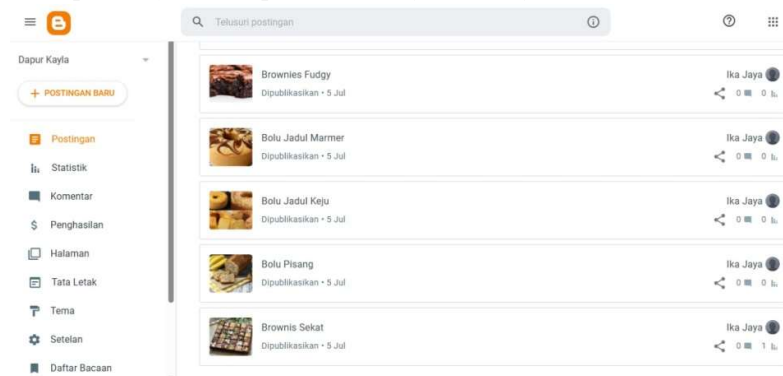
Gambar 4. Detail Produk dan Sidebar Kanan

Setiap postingan produk sudah dilengkapi dengan deskripsi bahan dan tambahan lainnya terkait produk berikut cara pemesanan. Pada bagian sidebar sudah ada informasi kontak pemesanan yang langsung diarahkan pada kontak admin untuk mempermudah pemesanan.



Gambar 5. Halaman Cara Pemesanan

Halaman ini dibuat agar lebih mempermudah pengunjung untuk mengetahui alur pemesanan, sehingga UMKM Dapur Kalysa tidak perlu berulang kali menjelaskan.



Gambar 6. Dashboard web dapur kalysa

Pengolahan etalase produk dapat dilakukan dengan mudah karena ditampilkan dalam bentuk list sederhana (mudah dipahami) dan ada bantuan pencarian untuk mempermudah mencari produk di sisi admin web.



Gambar 7. Kegiatan PKM Pembutan, evaluasi Blog dan Pelatihan Penggunaan

Pelatihan dan pendampingan penggunaan web profile produk ini diawali dengan pengenalan web berikut seluruh menu yang tersedia (posting produk dan pengaturan etalase produk).

Kegiatan berikutnya setelah pelatihan adalah dilakukan tanya jawab kepada mitra terkait sistem yang dihasilkan dan pelatihan yang dilakukan sebagai bentuk evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil evaluasi sistem dan kegiatan sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Evaluasi Web Dengan Usability Testing sederhana

Penilaian	Prosentase
Learnability (kemudahan mempelajari)	82.1 %
Efficiency (efisien)	78,97%
Memorability (kemudahan mengingat)	82,1%.
Satisfaction (kepuasan)	80,77%

Secara keseluruhan nilai penerimaan mitra terhadap web Dapur Kalysa didapat nilai 81%. Angka ini menunjukkan bahwa sistem penilaian yang dibangun dapat diterima dengan baik dan berhasil memenuhi aspek usability system.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Pelatihan Pengelolaan Web

Penilaian	Hasil	Prosentase
Materi pelatihan	Baik	82%
Cara penyampaian	Baik sekali	87%
Komunikasi	Baik sekali	87%

Sedangkan dari segi pelatihan didapatkan rata-rata 85,33%. Angka ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan dapat diterima dengan baik dan bermanfaat bagi sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa, serta evaluasi dengan menggunakan teknik usability testing sederhana maka dapat dinyatakan bahwa web yang dihasilkan untuk mitra sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima dengan baik sebesar 81%. Angka ini menunjukkan bahwa masih dapat dioptimalkan lagi web yang dibangun dengan menambahkan kemudahan lainnya.

Dari segi konsep pelatihan dan pendampingan yang diberikan sesuai hasil evaluasi menunjukkan nilai sebesar 85,33%. Angka ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan

yang diberikan sudah sangat baik, sehingga dapat dipertahankan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya.

Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya adalah dengan diadakannya pelatihan produksi dan inisiasi pengembangan produk baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Dailysocial.id. (2023, Juni 14). *Tren digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan peluang*. <https://news.dailysocial.id/entrepreneur/entrepreneur-news/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>
- Haryanto, D., & Ramadhani, A. R. (2023). Strategi digitalisasi UMKM berbasis blog untuk peningkatan promosi produk lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 44–51. <https://doi.org/10.31289/jekpm.v5i1.1234>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *UMKM jadi tulang punggung ekonomi Indonesia*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kusumawati, T. I. J., & Safitra, R. (2024). PKM pembuatan web e-commerce dengan CMS WordPress untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah Kota Tangerang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1812–1818. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i2.12345>
- Lestari, S. M. (2022). Pelatihan pengelolaan katalog digital berbasis Google Sites bagi UMKM kuliner desa. *Jurnal Abdi Kreatif: Inovasi Pengabdian untuk Negeri*, 4(1), 56–63. <https://doi.org/10.25077/jabdikreatif.v4i1.2022.56>
- Liputan6.com. (2024, April 12). *Kontribusi UMKM ke PDB Indonesia tembus Rp 9.580 triliun*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5665709/kontribusi-umkm-ke-pdb-indonesia-tembus-rp-9580-triliun>
- Prayogo, A., & Anisa, N. (2022). Digitalisasi UMKM dengan platform ramah pengguna: Studi kasus Blogger dan Google Bisnisku. *Jurnal Transformasi Digital UMKM*, 3(2), 89–96.
- Supriyanto, A., & Endrawati, R. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pembuatan blog gratis sebagai media promosi usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 3(2), 75–82. <https://doi.org/10.31294/jpm.v3i2.2021.75>
- Wibowo, R. (2023). Penggunaan Blogger sebagai solusi digitalisasi usaha mikro. *Jurnal Teknologi Sosial dan Kewirausahaan*, 7(1), 101–108. <https://doi.org/10.24002/jtsk.v7i1.1578>
- Yuliana, R., & Kurniawati, D. (2022). Hambatan dan strategi UMKM dalam pemanfaatan teknologi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 211–220.