

PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM TENUN YOGA ART KLATEN

Arif Ranu Wicaksono¹⁾ dan Afiati Handayu diyah Fitriyani²⁾

¹⁾Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas
Maret Surakarta

¹⁾arifranu@staff.uns.ac.id

¹⁾Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Fakultas Ilmu Tarbiyah, Universitas Islam Raden
Mas Said, Surakarta

²⁾afiati.hdf@iain-surakarta.ac.id

ABSTRAK

Tenun Yoga Art Klaten merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran kain tenun, baik dalam bentuk kain, baju pria dan wanita, tas dan produk unik khas klaten lainnya. Strategi penjualan yang dilakukan masih tergolong tradisional dengan menitik beratkan pada penjualan langsung (*offline*) kepada pelanggan lama. Strategi pemasaran secara online belum tersentuh, sehingga peluang ekspansi penjualan masih tersedia dengan luas. Pada penelitian ini penulis mengajukan perancangan website dengan metode *design thinking*. Sehingga harapannya website yang dirancang memberikan daya guna pada UMKM Yoga Art sehingga bisa menjadi strategi promosi produknya dalam menjangkau masyarakat secara luas dan harapannya mampu menjangkau pelanggan baru.

Kata Kunci : UMKM, Promosi, Website, Design Thinking

ABSTRACT

Tenun Yoga Art Klaten is one of the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) engaged in the production and marketing of woven fabrics, both in the form of fabrics, men's and women's clothes, bags and other unique products typical of Klaten. The sales strategy carried out is still classified as traditional with an emphasis on direct sales (offline) to existing customers. The strategy of online marketing has not been touched, so sales expansion opportunities are still widely available. In this study, the author proposes website design using the design thinking method. So it is hoped that the website is designed to provide usefulness to Yoga Art MSMEs so that it can be a product promotion strategy in reaching the community at large and hopefully being able to reach new customers.

Keywords: MSMEs, Promotion, Website, Design Thinking

PENDAHULUAN

Tenun Yoga Art merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang kerajinan tenun tradisional yang memiliki tantangan dalam melakukan promosi secara online. Pemasaran secara offline yang selama ini dilakukan melalui pameran – pameran UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun oleh pihak swasta. Jangkauan promosi menjangkau pelanggan lama dan pengunjung yang mampir ke toko secara langsung. Sehingga masih banyak peluang untuk menjangkau calon konsumen baru melalui media online. Berbagai sarana promosi online antara lain email marketing, video marketing, media sosial, dan website.

Dalam memenangkan persaingan di era digital saat ini, penting sekali UMKM memulai membangun brand awareness untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi merek. Kesadaran merek tidak terbatas hanya mengenalkan nama, tetapi juga citra, nilai, dan kepercayaan yang melekat di benak konsumen. (Roisah. dkk, 2018) menekankan dengan membangun merk yang bagus bisa membantu konsumen dalam memilih produk ditengah persaingan beragam pilihan produk sejenis dipasar offline maupun online. (Ramadhan dkk, 2024) menekankan bahwa perlunya komunikasi positif dan efektif

dalam membangun brand awareness di media online seperti website, sosial media dan perlu menjalin kerjasama dengan influencer digital. (Butarbutar dkk, 2025) mengaris bawahi bahwa brand awareness merupakan strategi digital supaya produk UMKM melekat dipikiran konsumen. Dari ketiga studi ini menunjukkan bahwa pengembangan website sebagai media promosi bukan hanya soal teknologi, tetapi juga tentang membangun identitas merek yang kuat dan berkelanjutan.

Sehingga dapat dikatakan pembuatan website olehUMKM menjadi solusi efektif dalam persaingan ekonomi digital (Heridayani. dkk, 2023) hal ini menjadikan website merupakan salah satu fondasi utama dari strategi ini. UMKM yang memanfaatkan website yang dikolaborasikan dengan SEO dan konten kreatif terbukti berhasil meningkatkan penjualan secara signifikan (Sugiyanti. dkk, 2022). Dari beberapa referensi diatas bisa disimpulkan oleh penulis akan perlunya pembuatan website untuk meningkatkan visibilitas promosi dan penjualan UMKM Tenun Yoga Art Klaten.

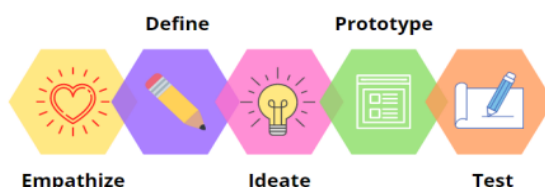
Website UMKM Tenun Yoga Art Klaten dirancang menggunakan metode desain thinking dimana metode ini berfokus pada manusia sehingga website yang dibuat benar-benar sesuai kebutuhan. Untuk memastikan tingkat fungsionalitas dari website yang dibangun akan di uji dengan metode black box. Harapannya dengan pendekatan ini bisa menghasilkan website siap digunakan tetapi juga mengukur efektivitas secara langsung. Sehingga penelitian berbeda dengan penelitian yang terdahulu yang hanya membahas strategi promosinya saja.

Pengembangan prototype SIG UMKM Desa Krikilan, memanfaatkan teknologi google yaitu memanfaatkan dua platform blogger.com dan google my maps yang sifatnya gratis, bebas, mudah digunakan dan dapat dipublikasikan secara cepat dan efisien. Kelebihan blogger.com adalah mudah di kustomisasi domainnya. Sehingga memungkinkan SIG UMKM Krikilan memiliki alamat website yang lebih profesional.

METODOLOGI

Pengembangan website UMKM Tenun Yoga Art Klaten menggunakan metode design thinking yang diaplikasikan dengan memanfaatkan Platform Blogger atau blogspot.com yang merupakan Content Management System (CMS) milik Google sehingga kita tidak perlu membuat koding HTML, CSS dan PHP dari dasar. Platform ini memungkinkan pengguna membuat, mengelola, dan mempublikasikan blog secara gratis. Blogspot.com bisa digunakan untuk blog pribadi, portofolio online, profile, penjualan produk dan jasa, maupun untuk sarana edukasi dan membangun komunitas digital. blogspot.com sendiri sudah terintegrasi dengan email google dan penyimpanan hosting terbukti ketahannannya dari hacker karena tersimpan di server google.

Dalam pengembangan sebuah website metode design thinking terbukti efektif dalam membuat sebuah rancangan website yang terfokus pada pengguna. Metode design thinking terdiri dari 5 langkah (Yassierli, dkk, 2023). yaitu Empathize (Memahami masalah dan kebutuhan pengguna), Define (Merumuskan masalah utama), Ideate (Membuat ide kreatif memilih solusi yang paling potensial), Prototype (Merancang model solusi dalam bentuk fisik atau digital sederhana yang bisa diuji), Test (Melibatkan pengguna dalam uji coba prototipe dan memberikan umpan balik).



Gambar 1. Design Thinking

PEMBAHASAN

Empathize

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap pemilik dan pengelola UMKM Tenun Yoga Art Klaten didapatkan beberapa data antara lain, memiliki produk berupa fashion dan berbagai macam asesoris dengan bahan kain tenun. Dalam pemasaran dan promosi saat ini mengandalkan pelanggan lama, pameran UMKM dan wisatawan yang datang langsung ke toko (*offline*). dan belum memiliki media online yang mampu menjadi media dokumentasi produk dan promosi yang praktis dan mudah dibagikan serta menjangkau pasar digital yang luas.

Define

UMKM Tenun Yoga Art Klaten belum memiliki media promosi yang representatif dan mudah diakses oleh konsumen. Sehingga meningkatkan *brand awareness* dan citra profesional dari UMKM Tenun Yoga Art Klaten Maka media yang paling cocok adalah Website.

Ideate

Dengan adanya website ini, para pengunjung atau calon konsumen bisa melihat kolaksi pakaian dan asesoris kerajinan produk UMKM Tenun Yoga Art Klaten dengan lengkap mulai dari foto produk, ukuran dan variasi warna dan motif produk tersebut. Juga bisa melihat profil dari UMKM Tenun Yoga Art Klaten yang tersaji berupa tulisan artikel dan video.

Berikut merupakan rancangan peta situs dari UMKM Tenun Yoga Art Klaten :

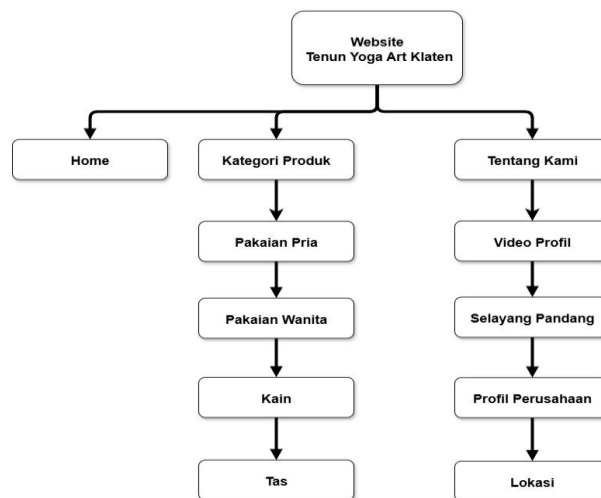
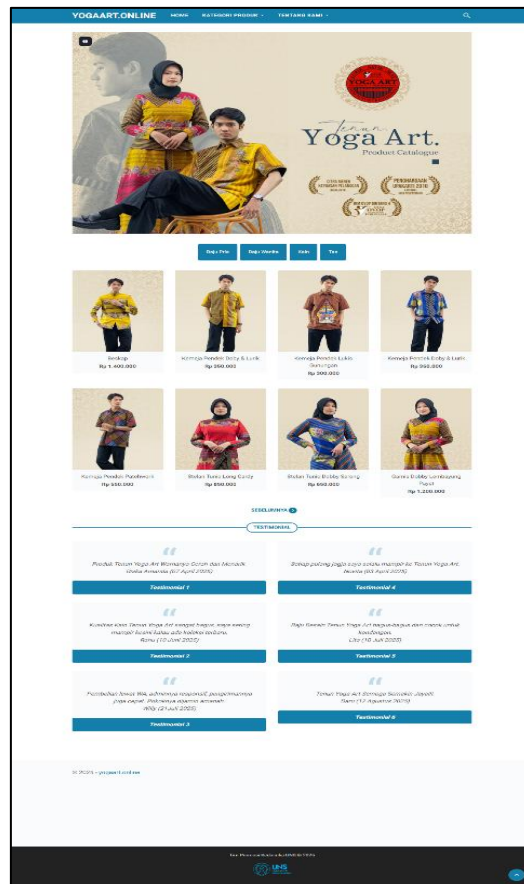


Diagram 1. Peta Situs

Prototype

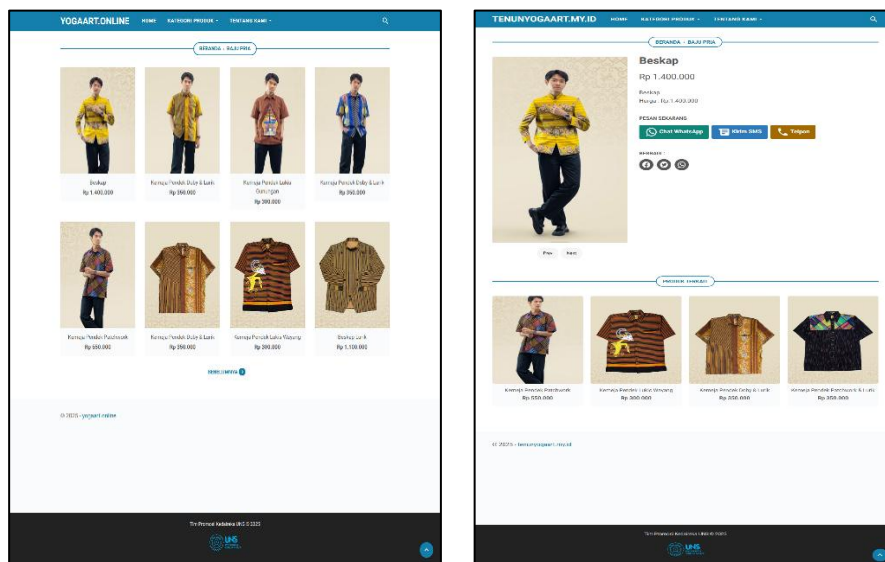
Berikut hasil rancangan pembuatan website UMKM Tenun Yoga Art Klaten dirancang sesuai berdasarkan *site map/* peta situs pada proses *ideate*.

Berikut merupakan tampilan Halaman Home



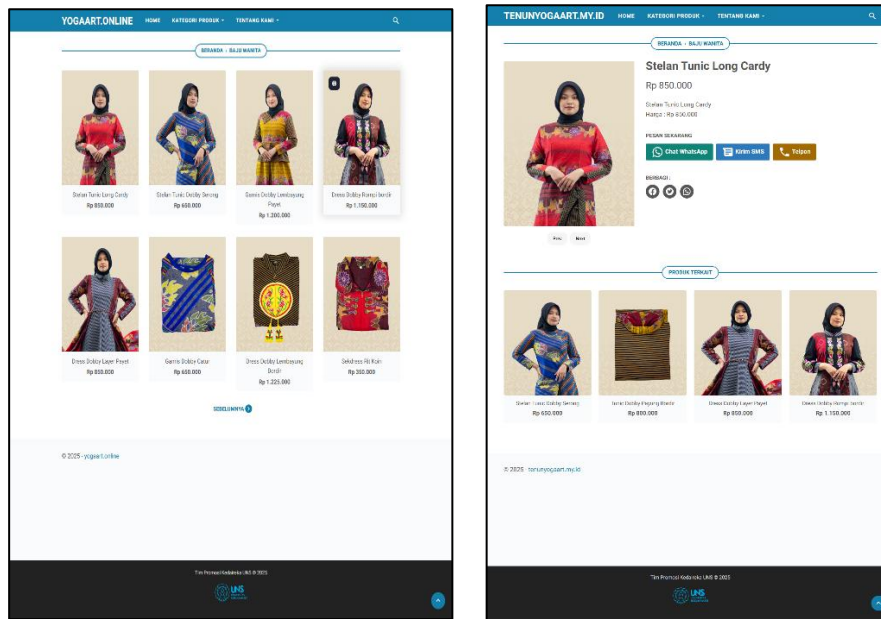
Gambar 2. Home

Halaman Baju Pria



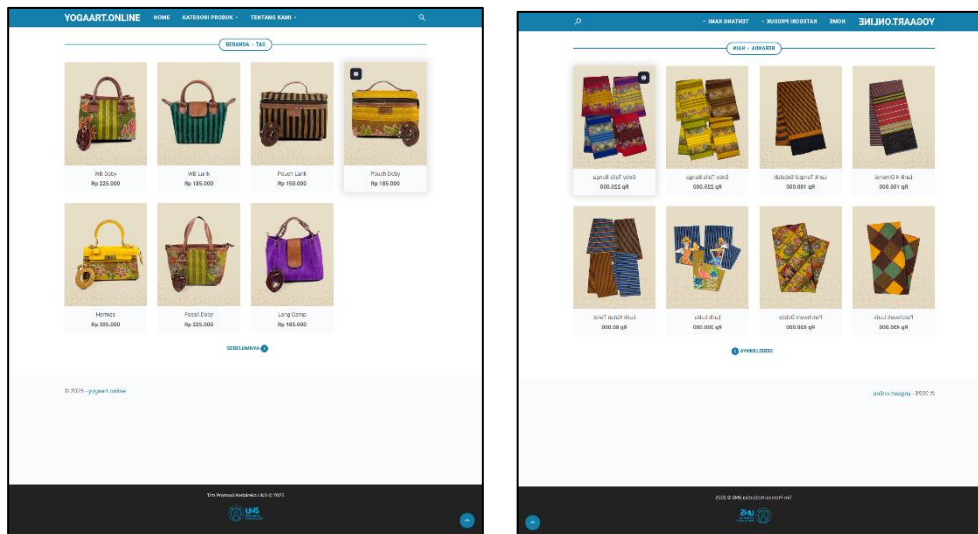
Gambar 3. Halaman baju pria dan detail baju pria

Halaman Baju Wanita



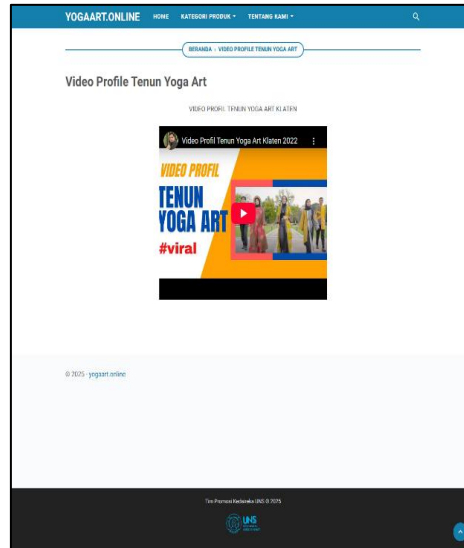
Gambar 4. Halaman baju wanita dan detail baju wanita

Halaman Koleksi Tas dan Kain



Gambar 5. Halaman Koleksi Tas dan Kain

Halaman Video Profile



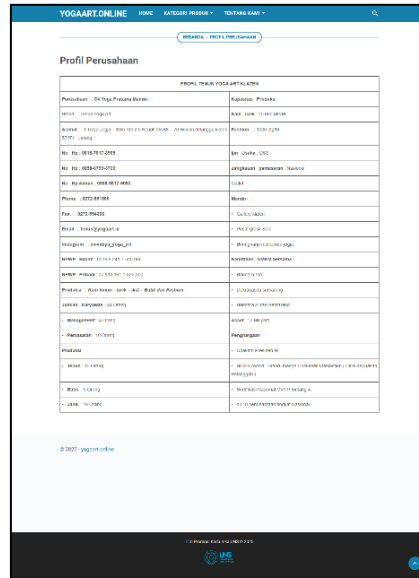
Gambar 5. Halaman Video Profil

Halaman Selayang Pandang yang berisi sejarah singkat Tenun Yoga Art Klaten



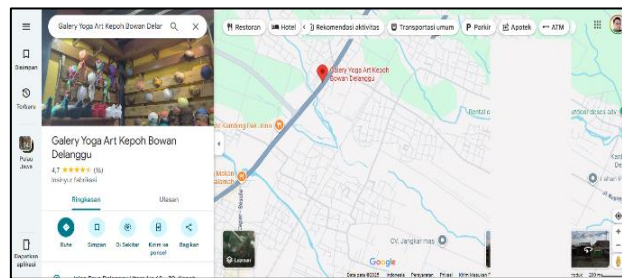
Gambar 6. Halaman Selayang Pandang

Halaman Profile



Gambar 7. Halaman Profile

Halaman Lokasi langsung terhubung dengan google map



Gambar 8. Halaman Peta Lokasi

Test

Pada tahapan ini penulis melakukan uji black box untuk pengetesan website UMKM Tenun Yoga Art Klaten dengan langsung melihat dan menggunakan aplikasinya tanpa perlu mengetahui struktur programnya. Pengujian ini dilakukan untuk melihat suatu program apakah telah memenuhi fungsionalitas utama atau belum. Berikut daftar pertanyaan kuesioner untuk pengujian oleh 18 orang pengguna secara acak.

Tabel 1. Kuesioner Uji Black Box

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Web mudah diakses lewat jaringan internet?	11	6	1		
2	Menu dan Navigasi pada website mudah untuk digunakan?	14	4			
3	Tampilan website menarik dan meningkatkan <i>brand awareness</i> dan promosi pada UMKM Tenun Yoga Art Klaten?	12	2	4		

4	Tampilan web memberikan informasi yang lengkap tentang profil dan produk UMKM Tenun Yoga Art Klaten?	11	7
5	Website ini layak dijadikan media promosi UMKM Tenun Yoga Art Klaten?	12	6

Tabel 2. Keterangan Penilaian

Kode	Keterangan
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Setelah melakukan pengujian balack Box terhadap website UMKM Tenun Yoga Art Klaten didapatkan hasil bahwa website tersebut dinilai layak dan diimplementasikan oleh 18 orang responden. Adapun data hasil pengisian respondennya adalah : 94% responden menyatakan Web mudah diakses lewat jaringan internet, 100% responden menyatakan Menu dan Navigasi pada website mudah untuk digunakan, 89% responden menyatakan Tampilan website menarik dan meningkatkan *brand awareness* dan pada UMKM Tenun Yoga Art Klaten, 100% responden menyatakan bahwa tampilan web memberikan informasi yang lengkap tentang profil dan produk UMKM Tenun Yoga Art, 100% responden menyatakan website ini layak dijadikan media promosi UMKM Tenun Yoga Art Klaten.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Metode pengembangan *design thinking* terbukti efektif dalam pembuatan website UMKM Tenun Yoga Art Klaten. Dari hasil pengujian black box terhadap 18 responden menyatakan website mudah diakses, navigasi jelas, informasi lengkap dan layak dijadikan media promosi. Website yang dibuat memenuhi ekspektasi kebutuhan pengguna dan aspek fungsionalitas yang diharapkan. Temuan penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan Saputra et al (2025) pada UMKM Kilo Kalori, yang menggunakan metode Rapid Application Development (RAD) dan hasilnya 100% responden menyatakan website mampu digunakan dengan baik tanpa kendala dan tingkat kepuasan responden sebesar 72,2%. Kedua studi menegaskan bahwa website yang dirancang secara strategis mampu meningkatkan efektivitas promosi untuk menjangkau pelanggan baru secara online.

REFERENSI

- Butarbutar, D.J.A., Antonio, F., Putri, I.R., Sari, R.P. & Siregar, M., 2025. Pemberdayaan UMKM dalam memaksimalkan brand awareness di era digital. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), pp.112–120.
- Heridayani, D., Mutiara, H., Septia, L.P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A. & Maulana, M.H., 2023. Analisis kebijakan pengembangan UMKM digital di Indonesia: Tantangan dan peluang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), pp.36–44.
- Ramadhani, A.N., Fauziah, A. & Pratiwi, A., 2024. Strategi komunikasi untuk meningkatkan brand awareness UMKM. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 7(2), pp.45–53.
- Roisah, R., Hakim, L. & Mukminin, A., 2018. Strategi membangun brand awareness pada usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 23(1), pp.33–40.
- Saputra, A., et al., 2025. Pengembangan website promosi UMKM Kilo Kalori dengan metode RAD. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 4(1), pp.55–63.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M.Z., Oktavia, K.C. & Silvia, M., 2022. Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Masarin*, 1(2), pp.100–110.
- Yassierli, H., et al., 2023. *Design Thinking Perangkat Inovasi Ergonomis*. Bandung: Rosda.